

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Katrin Kalda

**JAHITURISMITOODETE ARENDAMINE TUISULIIVA  
PUHKEMAJA NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Inna Bentsalo, MA

Pärnu 2013

Soovitan suunata kaitsmisele .....

(juhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud “.....” ..... 2013. a.

TÜ Pärnu kolledži turismiosakonna juhataja

Heli Müristaja .....

Olen koostanud lõputöö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

## SISUKORD

Sissejuhatus .....	3
1. Jahiturismi määratlus Eestis .....	5
1.1. Jahiturism ja selle põhimõtted .....	5
1.2. Jahiturismiga seonduvad õigusaktid ja jahiloomad .....	11
1.3. Jahiturismitoode ja selle arendamine .....	17
2. Jahiturismitoodete arendamine majutusettevõttele .....	23
2.1. Uuringu meetod ja korraldus .....	23
2.2. Tuisuliiva puhkemaja hetkeolukord .....	25
2.3. Intervjuu tulemuste analüüs jahiseltsidega .....	29
2.4. Ankeetküsitluse tulemuste analüüs .....	33
2.5. Uuringutest tulenevad järeldused ja ettepanekud .....	39
Kokkuvõte .....	45
Viidatud allikad .....	48
Lisad .....	52
Lisa 1. Intervjuu küsimused jahituristidele .....	53
Lisa 2. Intervjuu küsimused Tuisuliiva puhkemaja omanikule .....	54
Lisa 3. Ankeetküsitlus .....	55
Summary .....	59

## SISSEJUHATUS

Jahindus on tegevusvaldkond, mis võimaldab turistile vaheldust ja põnevust teiste pakutavate turismiliikide kõrval. Selline turismiliik on suunatud eelkõige neile turistidele, kellel on jahikirge ja huvi loomade ning looduse vastu. Jahiturism ei too endaga kaasa ainult loomade kütmist, vaid pakub ka kauni looduse vaatlemist, fotografeerimist ja metsloomade söötmist. Lisaks sellele aitab jahiturism tasakaalustada ja reguleerida ka loomade arvukust.

Käesoleva lõputöö teemaks on „Jahiturismitoodete arendamine Tuisuliiva puhkemaja näitel“. Probleemiseade tuleneb sellest, et paljud ettevõtted ei kasuta ära piisavalt olemasolevaid võimalusi oma turismitoodete arendamiseks.

Aasta 2013 kuulutati välja jahikultuuri ja –eetika aastaks, mis tähendab seda, et suuremat rõhku pannakse jahikultuuri tähtsusele ja vajalikkusele. Teema aktuaalsust põhjendab ka asjaolu, et viimasel ajal on hakanud jahimehed ebaseaduslikult loomi jahtima. Selle tulemusel võivad teatud loomaliigid metsadest kaduda või loomade arvukus liialt väheneda. Siinkohal on autor arvamisel, et kui erinevad majutusettevõtted teeksid rohkem koostööd jahiseltsidega, hoiaks see ära ebaseadusliku kütamise ning ei ohustaks loomaliike.

Jahiturismi saaksid pakkuda paljud ettevõtted, kellel on selleks olemas kõik vajalikud eeldused. Samamoodi ka Tuisuliiva puhkemaja, mis on oma asukohalt väga soodne ja omab teisi jahiturismile olulisi komponente. Hetkel antud teenust Tuisuliiva puhkemaja tarbijatele ei paku. Samas ei ole ettevõtte teadlik, millist jahiturismitoodetest koosnevast paketist oleksid kliendid eelkõige huvitatud. Seega on autor püstitanud oma lõputöös küsimuse: millistest jahiturismitoodetest oleksid jahituristid huvitatud?

Antud lõputöö eesmärgiks on välja selgitada jahituristile huvipakkuvad jahiturismitooted, mille järgi teha ettepanekud ja arendada Tuisuliiva puhkemajale

jahiturismitoode ja sobiv jahipakett. Lähtuvalt eesmärgist on diplomand püstitanud järgmised uurimisülesanded:

- läbi töötada jahiturismi käsitlev teoreetiline materjal;
- anda ülevaade Häädemeeste vallas tegutsevast Tuisuliiva puhkemaja hetkeolukorrast;
- kvantitatiivse uuringu ettevalmistamine ja läbiviimine Pärnumaad külastavate jahituristide seas;
- kvalitatiivse uuringu ettevalmistamine ja läbiviimine Pärnumaa jahiseltside liikmete ning Tuisuliiva puhkemaja omaniku seas;
- uuringute tulemuste analüüs;
- soovitude ja parendusettepanekute tegemine Tuisuliiva puhkemajale.

Uurimismeetodina kasutab autor kvalitatiivset ja kvantitatiivset uuringut. Andmete kogumise viisiks valiti intervjuu ja ankeetküsitlus. Kvalitatiivses uuringus küsitleti kaheksat jahiseltsi Pärnumaalt, lisaks sellele ka veel eraldi Tuisuliiva puhkemaja omanikku ning kvantitatiivses uuringus küsitleti 33 jahituristi.

Lõputöö koosneb kahest peatükist, mis jagunevad omakorda alapeatükkideks. Esimene peatükk annab ülevaate jahiturismi määratlusest Eestis, kus tutvustatakse jahiturismi ja selle põhimõtteid, jahiturismiga seotud seadusandlust ning jahiloomi. Lisaks sellele on peatükis antud ülevaade ka jahiturismitootest ja selle arendamisest.

Teises peatükis annab autor ülevaate Tuisuliiva puhkemaja hetkeolukorrast. Samuti kirjeldab autor uuringu meetodit ja korraldust ning analüüsib intervjuude ja küsitluste tulemusi. Tulemuste põhjal tehakse järeldused ja ettepanekud ettevõttele ja jahiseltsidele, samuti antakse ettevõttele sobivad jahiturismipaketid. Lõputöö koostamisel on kasutatud erinevaid eesti- ja inglisekeelseid allikaid, ettevõtte kodulehte ja teadusartikleid. Lõputööd täiendavad allikate loetelu ja lisad, mis sisaldavad ankeetküsitlust, intervjuud ja resümeed.

# 1. JAHITURISMI MÄÄRATLUS EESTIS

## 1.1. Jahiturism ja selle põhimõtted

Selleks, et käsitleda teemat paremini mõista, tuuakse välja erinevaid definitsioone mõiste jahiturism kohta. Lisaks sellele, antakse ülevaade ka jahiturismi seosest teiste turismiliikidega. Antud peatükis on vaadeldud erinevaid parameetreid, mis mõjutavad jahiturismi ning on lahti seletatud ka järgnevad mõisted, milleks on jahindus ja jahipidamine.

Jahiturismi võib määratleda kui turismi vormi, kus isik reisib väljaspool oma elukohta jahtimise eesmärgil. See mõiste hõlmab jahipidamist nii kodukohas kui ka rahvusvahelistes kohtades. Jahtimine ei pea olema turisti ainus põhjus reisimiseks, aga see on reisi üks olulisemaid osasid. (*What is hunting ...* 2013)

Mikael Nygardi (2009: 7) definitsiooni kohaselt ei ole mõistet jahiturism kerge määratleda. Esiteks ei tähenda sõna "jaht" alati tegevusi, mis on seotud laskmisega. Sõna "jaht" alla võivad kuuluda erinevad tegevused nagu näiteks fotografeerimine, erinevate jahiulukite vaatlemine jne. Teiseks ei ole ka lihtne iseloomustada sõna "turism". "Turism" esindab tegevust, mis toimub väljaspool jahimehe enda jahipiirkonda või elukohta, mis viitab sellele, et reisimine on antud mõistega kaasatud.

Komppula ja Gartner (2013: 169) on defineerinud jahiturismi kui tegevust, mille eesmärk on pidada jahti ja jahtida erinevaid ulukeid, tehes seda väljaspool oma tavalist jahipiirkonda. Reisi eesmärgiks võivad olla erinevad aspektid, kuid jahtimine on reisi üks olulisemaid osasid. Jahituristi külastamise põhjused on jaotatud kolme tegevuse alusel, milleks on reisimise motivatsioon, jahituristi kogetud elamus ja turisti saadav kasu. Põhjus, miks turist reisib oma kodukohast eemale peegeldub ootustes, mida inimene loodab kogeda terve reisi vältel.

Anne Matilainen (2010: 22) definitsiooni kohaselt on jahiturism tegevus, kus jahimees reisib väljapool oma jahipiirkonda või elukohta jahtima. Jahiturismiga seotud ettevõtte pakub võimalust jahti pidada turistil, kas ettevõtte oma maal või maa alal, mis kuulub kellelegi teisele, näiteks jahiseltsile. Jahiturism on äritegevus, kus kliendile pakutakse võimalust jahtida raha eest erinevaid loomi. Lisaks jahile, võib jahiturismitoode sisaldada ka majutust, toitlustust, konverentsi- ja aktiivseid tegevusi.

Hannu-Pekka Haakana (2007: 10) definitsiooni kohaselt tähendab jahiturism jahituristi reisimist teise valda või riiki, et jahti pidada puhkuse eesmärgil ning avastada ja uurida uusi jahimaid. Haakana (Samas: 10) sõnul on jahiturismil palju ühiseid jooni loodus- ja maaturismiga. Kõikide turismivormide turistid on huvitatud looduseskeskkonna kogemisest (Samas: 12).

Kuna on vähe uuringuid, mis käsitlevad jahiturismi, siis on raske öelda, millise turismiliigi alla jahiturism kuulub. Jahiturismi võib pidada keeruliseks, kuna ta ühendab endas mitmete erinevate turismiliikide omadusi. (Samas: 5) Jahiturismi võib veel liigitada ka erihuvide turismi alla, kus turisti emotsionaalne kiindumus ja kaasahaaravus keskenduvad erilistele huvidele, nagu näiteks jahtimisele. Lisaks sellele on ühine joon nii jahiturismil kui ka erihuvide turismil see, et oma lemmiktegevust saadakse nautida koos sarnaselt meelestatud inimestega. (Gartner 2013: 177)

Rahvusvahelises kirjanduses on vaadeldud jahiturismi kui mõiste „eluslooduse turism“ laiemas osas. See mõiste hõlmab kahte liiki tegevust: mittekuuluvat ja kuuluvat eluslooduse turismi. Mittekuluv eluslooduse turism hõlmab elusloodusega suhtlemist mitmel viisil nagu näiteks vaatlemist, fotografeerimist, ulukite söötmist. Kuluv eluslooduse turismi alla aga kuulub ulukite jahtimine ja laskmine. (Lovelock 2008: 4)

Jahiturismi võivad mõjutada mitmed erinevad tegurid. Näiteks mõjutavad jahiturismi erinevad parameetrid. Sellised erinevad parameetrid on väga olulised näitajad, kuna nende järgi valivad jahituristid ka sihtkoha. Järgnevalt on välja toodud jahilkäimise määravad tegurid (Higginbottom 2004: 89):

- jahilkäigu tüüp (varitsusjaht, ajujaht jne.);
- loomaliigid (arvukas, madal);

- intensiivsus (regulaarne, pidev);
- hooajalisus (jooksuaeg, tiinus);
- ajastatus (puhkeperiood, toitmise periood);
- kasutatavad vahendid (tulirelv, lõks, püünis);
- transport (jalgsi, auto).

Eelnimetatud parameetrid on olulised jahituristi sihtkoha valikul, kuna antud parameetritest sõltub, millal on õige aeg jahile tulla. Parameetrid on olulised nii vanemale kui ka nooremale jahituristile. Viimasel ajal on hakanud jahindusest huvituma just nooremas eas jahituristid (Mart 2012). Noored jahituristid on huvitunud lisaks loomade jahtimisele ka jahindusliku tegevuse planeerimisest. Väga suur osa jahindusest on ulukihoole ja metsloomadele mõeldud söödaplatside pidamine. Ulukihooldega abistatakse loomi karmides lumeoludes toimetulekul ja hoitakse ulukeid territooriumil, kust ei satu nii kergesti näiteks maanteeliiklusesse. (Annus 2012)

Jahinduslikku tegevust planeerides on oluline jälgida, et ei panustataks liialt jahinduslikult populaarsete liikide arvukuse suurendamisele (nt metssiga), unustades nende liikide negatiivse mõju ökoloogilisele tasakaalule. Jahinduslikult vähepopulaarsete võõrliikide nagu näiteks kähriku olemasolu ökosüsteemides on juba iseenesest suur loodusõnnetus. On raske ette kujutada probleemi lahendamist või leevendamist ilma jahindusliku tegevuseta. (Jahindus Eestis 2013)

Tiit Randveer (2009: 11) sõnul tuleks eristada jahipidamist kui kitsamat mõistet ja jahindust kui laiemat mõistet. Jahipidamine on tegevus, mille eesmärk on ainult uluki tabamine. Jahiseaduses on jahipidamist defineeritud kui uluki jälitamist, püüdmist, tabamist või surmamist. Jahipidamisega on võrdsustatud jahisaagi, jahirelva, jahikoera või püünistega looduses viibimist. (Jahiseadus 2013) Jahindus on tihedalt seotud nii maamajanduse kui ka looduskaitsega. Jahiulukid on üks osa kasutatavast loodusressursist. (Jahindus Eestis 2013)

Anti Levandi (2003: 8) on mõtestanud mõistet jahindus järgnevalt: „Jahindus on kultuur ehk rahvusliku kultuuri osa, mis kätkeb endas inimese ja looduse (ulukite) vahelist suhtlemist ühiskonna antud arenguetaapil loodushoiu ja tsiviil ühiskonna tegevuse tõekspidamistest lähtuvalt“.



Selleks, et saaki paremini kätte saada, kasutavad jahimehed erinevaid abivahendeid, milleks on näiteks jahikoer. Jahiseaduse § 39 kohaselt on lubatud üheks jahipidamisvahendiks jahikoera. Jahikoera võib kasutada lasu tulemuse selgitamiseks ning haavatud või surnud uluki otsimiseks. (Jahieeskiri 2009) Koerad jagatakse tavaliselt kahte rühma, milleks on ajavad koerad ja peatavad koerad. (Jahikoerad 2013) Olemas on ka veel linnukoerad, jäljekoerad ja urukoerad. (Randveer 2009: 149)

Ajava koera peamiseks ülesandeks on haukudes uluki jälitamine. Nii annab koer jahitijale võimaluse loomale ette jõuda või aetavat ulukit varitsuses oodata ja tabada. Eestis jahitakse ajava koeraga jäneseid ja rebaseid. Ajav koer peab olema rahulik, et uluk ei satuks paanikasse, vaid liiguks rahulikult koera ees. (Hussar jt. 2012: 99)

Peatava koera ülesandeks on leida uluki jälg, mida jahikoer peab hääletult taga ajama. Peale jälje ülesleidmist hiilib koer uluki juurde, tõmbab oma haukumisega uluki tähelepanu ning teavitab oma häälega küttijale leitud looma asukoha. Koer peab rünnakutega uluki edasiliikumist takistama, kuni jahimees kohale jõuab ja jahi tulemuslikult lõpetab. (Randveer 2009: 155)

Jahiseaduse § 40 järgi on lubatud seitse jahipidamisviisi, mis on järgnevalt välja toodud loeteluna (Jahiseadus 2013):

- hiilimisjaht;
- varitsusjaht;
- peibutusjaht;
- ajujaht;
- otsijaht;
- urujaht;
- uluki püüdmine.

Tiit Randveer (2009: 146) on öelnud, et hiilimisjaht on üks huvitavamaid, aga ka raskemaid jahiviise, mis nõuab jahimehelt head maastiku ja ulukite eluviiside tundmist. Hiilimisjahil püüab jahimees varjatult läheneda laskekauguseni. Nii jahitakse metskitse, hirve, vähem põtra ja metssiga. Otsijaht on peaaegu samasugune nagu hiilimisjaht.

Kõnnitakse püss käes, vahel koos koertega, mööda metsa, põldu või veekogu kallast. Nii kütitakse tavaliselt jäneseid. (Randveer 2009: 146)

Jahimees, kes tegeleb varitsusjahiga, ootab ulukeid neis kohtades, kus loomad on harjunud sööma, teada-tuntud ulukiradadel või ülekäiguteedel. (Hussar jt. 2012: 90) Varitsusjahti aitavad lihtsustada jahikantslid, kõrgistmed ja varitsusonnid, seda sellepärast, et kõrgel istudes on jahimees ulukile raskemini märgatav. (Randveer 2009: 145) Varitsusjahti peetakse tavaliselt suurulukitele aga kasutatakse ka edukalt koprajahil. (Hussar jt. 2012: 90)

Peibutusjahiks üldiselt nimetatakse jahipidamisviisi, kus jahimees püüab peibutusvahendite abil (või suuga) ulukite või nende saakloomade häälightsusi teha järele ning sellega kütitavaid laskekauguseni meelitada. Peibutite abil saab ulukite häälightsusi järele teha ning seda jahipidamisviisi kasutades on võimalik peibutada kõiki loomi ja linde. (Pillitamisega peibutusjahi koolitus 2013) Viimastel aastatel on peibutusjaht jahimeeste seas rohkem tunnustust leidnud (Roht 2005).

Ajujaht on kõige levinum ja ohtlikum jahiviis. Ajujahti peetakse põhiliselt suurulukitele, nagu näiteks põdrale ja hirvele. Üks osa jahist osavõtjaid ajab ulukid ette teisele osale jahimeestest. (Randveer 2009: 144) Ajujaht on kollektiivne ettevõtmine, milleks ei ole vaja ilmtingimata aeganõudvaid ettevalmistustöid (Kiisküla 2008: 20). Urujahil püütakse uluk urust välja ajada või urus tabada. Enamasti kasutatakse selleks taksi või foksterjeri koera. Abivahendiks on kahvad ning sel viisil jahitakse kährikut, rebast või mäkra. (Randveer 2009: 146-147)

Lisaks jahile on võimalik jahituristidel osaleda ka fotojahil ehk veretul jahil. Pildistamine on hea võimalus puhkuse pikendamiseks. Puutumata loodus ning haruldane taime- ja loomaliik muudavad Eesti põnevaks sihtkohaks loodusfotograafide seas. (Fototurism Eestis 2013) Tiit Hunt on öelnud: „Jahituristile on fotojaht hea, kuna tänu sellele õpitakse rohkem tundma erinevaid loomi ja loodust“ (Alas 2007).

Fotojaht on enamusele jahituristidele kättesaadav, sest pole vaja erinevaid lubasid. Kui jahiturismis toimub jaht enamalt jaolt kõrgistmetelt, siis fotojahi puhul sõltub kõik pildistatavast objektist. Parimad pildid saavad fotoaparaadiga jahimehed objektiga ühel

tasapinnal viibides, see muudabki fotojahi kohati keerulisemaks tavajahiga võrreldes. Edukas fotojaht nõuab head loodusetundmist pildistatava isendi elustiili, harjumuste ja elupiirkonna tundmist, õiget aastaaega jms. Loomulikult läheb vaja ka head fotovarustust. (Kiviorg 2005) Margus Timmo (Samas) sõnul on fotojahi sihtgrupiks tõelised loodusearmastajad. Praeguseks Eestis korraldatud fotojahtimise puuduseks on see, et hetkel pole tehtud oskuslikku turundust ja müüki. (Kiviorg 2005)

Rahvusvahelise jahtimise ja metsiku looduse nõukogu kaitsjate sõnul on viimase kümne aasta jooksul eksperdid eluslooduse ja turismi vallas tunnistanud, et jahiturismi võiks pakkuda ilma suuremate kulutusteta (*Sustainable Hunting Tourism Programme ...* 2013). Lisaks sellele on jahiturismil majanduslik tähtsus ning jahtimine annab maapiirkondadele ökoloogilist kasu. Sellepärast ongi jahiturism tuntud kui maaelu arengu lahutamatu osa. (Baldus jt. 2008: 7)

Jahiturism toob olulist kasu maapiirkondadele, millel on põhiliselt majanduslik väärtus. Lisaks sellele tekitab jaht ökoloogilisi ja sotsiaal-kultuurilisi väärtusi. (*How do we ...* 2013) Turismi ja jahinduse kombinatsioon tekitab *win-win* situatsiooni, mis loob mõlemale osapoolle tulusa ja tasuva olukorra (Spangler 2013).

Jahieetika ehk jahinduslike kõlblusnormide teema kajastub jahiseadusandluses üsna vähesel määral. Jahipidamise eetilise printsiibi sätestab seadusandluses lubatud ja keelatud jahipidamisvahendite ning jahipidamisviiside loetelu. (Kiisküla 2011) Eetikat järgiv jahipidamine tähendab korralikku ja õiget jahipidamist. Mõiste „korralik“ tähendab eelkõige suhtumist, sisemist vaimsust. Õige jahipidamine tähendab suurema tähtsuse omistamist sellele, kuidas jahtida, mitte mida jahtida. Jahieetika eeldab eelkõige looduse austamist ja kaastunnet elusolendi vastu. (Stackelberg 2006: 194)

Jahieetika tähendab kirjutamata reegleid, kus kaugeltki ei piisa seaduste täitmisest. Kahtlemata võtab enamik jahimeestest oma missiooni elusa looduse kaitsjana väga tõsiselt, kuid on esinenud ka arusaamatusi, kus jahimeeste ja jahieetika põhimõtted lähevad lahku. Kui jahimehed suudaksid lisaks seaduses loetletud eetilise printsiipidele järgida ka kirjutamata reegleid, ei peaks tundma nii tõsist muret jahimeeste ning jahinduse maine pärast. (Kiisküla 2011)

2013. aasta on kuulutatud jahikultuuri ja –eetika aastaks. Selle eesmärgiks on anda ühiskonnale sõnum, et jahikultuur ja -eetika kuuluvad jahimeeste põhiväärtuste hulka. Eesti Jahimeeste Selts pöörab alanud aastal mitmesuguste koolituste, ürituste, võistluste ja väljaannetega suurt tähelepanu: jahinduslikule sõnavarale, jahimuusikale, jahiriietusele, jahirelvadele, jahilaskmisele, jahikoertele, jahitrofeedele, jahinduslikule klubitööle. Aasta tähtsündmused on kindlasti Eesti jahimeeste traditsiooniline kokkutulek juulikuus Toosikannul, jahikultuuri konverents septembris ja jahirahu väljakuulutamine Pärnus. (Vaiksoo 2013)

Antud peatükis selgus, et turismi ja jahinduse kombinatsioon toob kasu nii jahituristile kui ka teenust osutavale ettevõttele. Jahiturismi mõjutavad erinevad tegurid, milleks on jahiturismiga kaasnevad parameetrid. Jahituristide jaoks on parameetrid väga olulised ning nendest sõltuvalt valitakse ka jahipidamiseks koht ja aeg. Eestis on jahituristil võimalus valida seitsme erineva jahipidamisviisi vahel ning samuti on võimalus kasutada jahil käies jahikoeri. Lisaks sellele on tegevusi ka jahituristidele, kelle eesmärgiks ei ole loomi kütida. Külastajatel on võimalus tegeleda looduse nautimisega ning lisaks selle vaadelda ja pildistada loomi. Et jahiturist saaks nautida erinevaid jahipidamisviise, peab ta olema kursis Eesti jahieetikaga ning seadustega. Samuti peab jahiturist olema teadlik jahiulukite kütamise perioodist ning erinevatest õigusaktidest, mis seonduvad jahipidamisega.

## **1.2. Jahiturismiga seonduvad õigusaktid ja jahiloomad**

Antud peatükk annab ülevaate jahiturismiga seotud seadusandlusest ja jahiloomadest. Välja on toodud jahiloomade kütamise ajad, mis on jahituristidele oluliseks külastuse aspektiks. Ülevaade on tehtud ka jahiohutusest ning erinevatest inspeksioonidest, kes tegelevad jahinduse riiklikust suunamisega. Lisaks sellele kajastab alljärgnev alapeatükk rahvusvahelist tunnustatud ja hinnatud jahitrofeesid.

Jahipidamise aluseks oli Eesti Vabariigi algusaastail jahikorralduse seadus (1994), mis kehtis kuni jahiseaduse jõustumiseni (2003). Jahikorralduse seaduse ülesanne oli maareformi ajajärgul jahimaade ja jahiulukivaru kasutamise reguleerimine, kinnitada olemasolevate jahimaade kasutamise korralduse ja anda õiguslik alus erajahipiirkondade moodustamiseks. Jahikorralduse seaduse põhjal võeti vastu esimene jahieeskiri (1995),

teine, 2003. aastal vastu võetud jahieeskiri põhineb jahiseadusel. (Jahipidamine Eestis 2013)

Jahieeskiri on õigusakt, mis sätestab ohutu jahi nõuded, kehtestab jahilubade väljastamise korra, jahiajad ehk jahikalendri ja jahipidamisviisid, loetleb lubatud jahipidamisvahendid ning jahikoeraga jahipidamise ajad ja tingimused ning muud jahi korraldamise nõuded. Seega reguleerib jahieeskiri jahimehe käitumist ja tegutsemist jahimaadel. (Jahipidamine Eestis 2013)

Praegu tegeleb jahinduse riikliku suunamisega Keskkonnaministeeriumi metsaosakond. Jahindusvaldkonna arengustrateegia kavandamiseks ja asjaomaste õigusaktide korrastamiseks on Keskkonnaministeeriumi juurde moodustatud mitmesuguste huvirühmade esindajatest koosneva riikliku jahindusnõukogu. Jahinduspoliitika, valdkondlikke programmide ja tegevuskavade elluviimist ning õigusaktide järgimist korraldavad keskkonnaministeeriumi struktuuriüksused. (Jahinduse arengukava aastateks ...2013) Eestis kaitseb metslooma kui isendit loomakaitseseadus. Looduskaitseseadus kaitseb kaitsealuseid metslooma liike. Jahiseadus reguleerib looduses vabalt elavaid loomi kui jahiresurssi (Millised seadused kaitsevad ... 2013).

Jaht on sama vana kui inimkond. Jahipidamiseks oli algusaegadel tarvis jahivahendeid. Algelise inimesse jahivahendid olid samuti algelised. Jahivahenditeks olid näiteks kepid, teravad kiviõõlud, odad. Inimese arenedes arenesid ka jahivahendid ehk jahirelvad. Nüüdisaegsed põhilised jahivahendid on tulirelvad. Jahitulirelv on jahipidamise tarbeks mõeldud ja konstrueeritud relv. (Randveer 2009: 170)

Eestis väljastab Euroopa tulirelvapassi füüsilisele isikule tema elukohajärgne prefektuur isiku taotluse alusel, kui isikule on käesoleva seaduse alusel väljastatud relvaluba ning on tasutud riigilõiv. Euroopa tulirelvapass kehtib kuni viis aastat, kehtivus on piiratud relvaomaniku relvaloa kehtivusega. Kui relvaluba tunnistatakse kehtetuks, kaotab kehtivuse ka tulirelvapass. Teise ELi liikmesriiki on õigus reisida Euroopa tulirelvapassis nimetatud tulirelva ja selle laskemoonaga Politsei- ja Piirivalveameti kui pädeva asutuse eelneva vastava loa olemasolul. (Relvad 2013)

Isik, kellele on väljastatud Euroopa tulirelvapass, ei pea omama teise liikmesriigi pädeva asutuse luba, kui ta kutsega tõendab, et soovib külastatavas liikmesriigis tegeleda jahinduse või laskespordiga. Kui liikmesriik on keelustanud teatud liiki tulirelvade riiki sissetoomise, siis tehakse Euroopa tulirelvapassi vastav selgesõnaline sissekanne. Füüsiline isik võib relva või laskemoona oma tarbeks Eestisse toimetada, kui tal on (Relvad 2013):

- relvaluba või relvaseadusega kehtestatud korras antud vastava relva soetamisluba;
- tulirelvade Euroopa Ühenduses edasitoimetamise eelluba, mille väljastab talle tema avalduse alusel Politsei- ja Piirivalveamet;
- tulirelvade Euroopa Ühenduses edasitoimetamise luba, mille väljastab taotlejale relva või laskemoona lähteriik eelloa alusel. Kui relv on Eestisse toimetatud, esitab taotleja loa viivitamata Politsei- ja Piirivalveametile.

Vastavalt Eesti seadustele võib riigis jahti pidada välisriigi kodanik, kes ka omal maal omab jahitunnistust ja relvakandmisluba. Välisriigi kodanikule väljastatakse Eestis asuva jahipiirkonna omaniku või kutsuja taotlusel välismaalase jahitunnistus. Tunnistusi väljastab Eesti Jahimeeste Selts. Välismaalane saab üle piiri tuua oma relva, siis kui tal on oma maa vastava asutuse poolt välja antud Euroopa Liidu relvapass. Relva võib jahipidamiseks laenata ka kohalik jahimees. (Jahipidamise kord ja ... 2013)

Euroopa Ühenduse territooriumil tulirelva ja laskemoona edasitoimetamise aluseks on Euroopa tulirelvapass. Tulirelvapassi on vajaduse korral kantud riigi pädeva asutuse luba reisida ühest liikmesriigist teise Euroopa tulirelvapassis nimetatud tulirelva ning sellele tulirelvale mõeldud laskemoonaga. (Jahirelvade ja laskemoona 2013)

Vastavalt relvaseaduse § 62 järgi ei pea isik, kellele on väljastatud Euroopa tulirelvapass, omama teise liikmesriigi pädeva asutuse luba, kui ta kutsega tõendab, et soovib külastatavas liikmesriigis tegeleda jahinduse või laskespordiga. Sellisel juhul võib jahindusega tegelev isik enda valduses hoida ühte või mitut C- või D-klassi kuuluvat tulirelva, laskespordiga tegelev isik võib enda valduses hoida ühte või mitut B-, C- või D-klassi kuuluvat tulirelva. (Relvaseadus 2013)

Arvestades Eesti jahinduses välja kujunenud traditsioone (sh kollektiivset jahipidamist), on lähtutud põhimõttest säilitada Eesti jahinduses väljakujunenud suured jahipiirkonnad, kus jahipidamisõigust omavad jahindusorganisatsioonid tegutsevad pikaajaliste kasutusõiguslubade alusel. Jahipidamisõigus on füüsilise isiku õigus jahti pidada, kui tal on jahipidamisõigust tõendavad dokumendid ning ta on tasunud jahipidamisõiguse tasu. Jahipidamisõiguse eest makstakse tasu kord aastas keskkonnatasude seaduse ja selle alusel kehtestatud õigusaktide järgi. (Jahiseaduse eelnõu 2013) Jahiseaduse § 28 järgi on Jahipidamisõigust tõendavateks dokumentideks järgmised (Jahiseadus 2013):

- jahitunnistus;
- jahiluba;
- jahist osavõtjate nimekiri;
- suuruluki laskekatse tunnistus;
- jahikoerapass.

Jahipidamisel on väga tähtis järgida ohutusnõudeid. Ühisjahil peab jahiohutuse tagama jahijuhataja. Samas jahipidamisvahendeid kasutav isik vastutab ise nende käsitlemisel ohutuse eest. Eriti hoolas tuleb jahiohutuse reeglite järgimisel olla nii jahirelva transpordil kui ka jahil. Igal jahimehel tuleb enne päästikule vajutamist veenduda, et objekt, keda ta laseb, on ikka see, kelle küttimiseks on jahiluba. Lisaks tuleb jälgida, et lasu suunal ei asetseks hooneid, inimesi või muud vara. (Tint 2009)

Kultuurse jahindustegevuse tunnuseks on head jahindustavad, jahitrofeede väärtustamine ning jahikoerte õpetamine ja kasutamine jahipidamisel. EJS on eestvedajaks jahitrofeede väärtustamisel, hindamisel ja eksponeerimisel. (Jahinduse arengukava aastateks ... 2013) Jahitrofeedeks loetakse ainult küttimisel saadud trofeesid. Eesti jahiulukitelt saadud trofeesid hinnatakse rahvusvaheliste reeglite kohaselt (Randveer 2009: 255). Jahitrofeedeks võivad olla sarved ja kihvad, aga ka koljud, hambad ja küünised (Hussar jt. 2012: 123). Jahiseaduse § 52 järgi on rahvusvaheliselt tunnustatud reeglite kohaselt hinnatavad jahitrofeed järgmised (Jahiseadus 2013):

- põdrasarved;
- punahirvesarved;

- metskitsesarved;
- metsseakihvad;
- karukolju;
- hundikolju;
- ilvesekolju;
- rebasekolju;
- kährikukolju;
- mägrakolju;
- karunahk;
- hundinahk;
- ilvesenahk.

Ilmastik, geograafiline asend ja erinevad maakasutusviisid on põhjuseks, miks ulukite valik on küllalt suur, arvestades Eesti pindala suhtelist väiksust. Pool Eesti pindalast on kaetud metsadega. (Hussar jt. 2012: 29) Ulukiks nimetatakse metslooma, looduses vabalt elavat imetajat või lindu. Jahiulukiks nimetatakse ulukit, kelle liha, nahka või muid osi tarbitakse ning kelle jahtimine on jahieeskirjadega lubatud. Vastavalt jahiseadusele eristatakse jahiulukite hulgas suurulukeid ja väikeulukeid ning jahilinde. (Ulukid 2013)

Suurulukiteks peetakse pruunkaru, põtra, hunti, punahirve, metssiga, metskitse ja ilvest (Jahiulukid 2013). Väikeulukiks peetakse rebast, kährikkoera, mäkra, minki (ameerika naarits), tuhkrut, metsnugist, valgejänest, halljänest, kobrast, ondatrat ja kivinugist (Väikeulukid 2013). Jahiseaduse § 19 järgi kuuluvad jahilindude alla kormoranid, hallhaigurid, rabahaned, suur-laukhaned, hallhaned, kanada lagled, valgepõsk-lagled, viupardid, rääkspardid, piilpardid, sinikael-pardid, soopardid, rägapardid, luitsnokk-pardid, punapea-vardid, tuttvardid, hahkid, aulid, mustvaerased, faasanid, sõtkad, laanepüüd, nurmkanad, laugad, tikutajad, metskurvitsad, kalakajakad, naerukajakad, hõbekajakad, merikajakad, kodutuvid, kaelustuvid, hallrästased, künnivaresed, hallvaresed ja rongad (Jahiseadus 2013).

Tavaliselt jahitakse suurulukeid ühisjahti korras. Ühisjahti peab juhtima atesteeritud jahijuhataja. Jahipidamine algab jahiloa avamisega iga jahipäeva alguses. Kui jahti



käigus tabatakse suuruluk, siis tuleb jahiluba kohe sulgeda. Jahiloa suleb ühisjahil jahijuhataja pärast suuruluki surmamist. Üksikjahil suleb jahiloa selle omanik. Suurulukit ei tohi tabamiskohast ära viia enne suuruluki küttemisloale tabamise kohta märke tegemist. Kui aga jahi käigus suurulukit haavatakse, siis jahiluba ei suleta, vaid jahiloale märgitakse haavamise kuupäev ja kellaaeg ja asutakse ulukit jälitama. Kui 24 tunni jooksul haavatud suurulukit ei tabata, siis lõpetatakse jahiloa kehtivus loale vastavasisulise märke tegemisega. (Tint 2009)

Nii jahiturist kui jahi läbiviija, peab olema tutvunud jahikalendri ja jahiaegadega. Kui jahiaegadest kinni ei peeta, on see seadusega karistatav. Järgnevalt on välja toodud ulukite jahtimise ajad (Jahikalender 2013):

- hall- või valgejänes – 1. oktoobrist 28. veebruarini;
- hunt – 1. novembrist 28. veebruarini;
- ilves - 1. detsembrist 28. veebruarini;
- kobras – 1. augustist 15. aprillini;
- karu – 1. augustist 31. oktoobrini (va poegadega emakarule);
- kährik – aastaringselt;
- metskits – 1. juunist 31. detsembrini, sellest kitsedele ja talledele 1. septembrist 31. detsembrini;
- metssiga – aastaringselt (va põrsastega emistele), ajujaht 1. oktoobrist 28. veebruarini;
- mink – aastaringselt;
- mäger – 1. septembrist 28. veebruarini;
- nugis – 1. novembrist 28. veebruarini;
- ondatra – 1. oktoobrist 28. veebruarini;
- punahirv – 1. septembrist 31. jaanuarini (lehm/vasikas 1. septembrist 30. novembrini);
- põder – 15. septembrist 15. detsembrini (1.-15. detsember ainult põdravasikas);
- rebane – aastaringselt;
- tuhkur – 1. novembrist 28. veebruarini.

Jahiseaduse § 42 alusel on jahipidamine väljaspool jahiaega keelatud, kui seadus või selle alusel kehtestatud õigusakt ei sätesta teisiti. Jahiajal on jahipidamist õigus keelata

jahipiirkonna kasutajal temale kasutada antud jahipiirkonna piires. Samuti ka Keskkonnaametil, kui ulukite elutingimused on erakorralistel asjaoludel häiritud või on seatud ohtu ulukite elupaik. (Jahiseadus 2013)

Seadusest kinnipidamine on üks olulisemaid aspekte jahilkäigu ajal, millest tuleb kinni pidada nii jahituristil kui jahikorraldajal. Probleemide vältimiseks peab jahiturist enne välismaale jahti pidama minemist läbi töötama kõik vajalikud seadused. Kui jahiturist soovib tulla jahti pidama välismaale mingi kindla looma jahtimise sooviga, peab ta kursis olema antud looma kütamise ajaga. Jahiturist peab väärtustama Eestis kehtestatud jahindustavasid ja ohutusnõudeid. See on jahituristile endale vajalik, et jaht oleks meeldejääv ning et jahil olles saadakse maksimaalne külastuselamus. Lisaks sellele, et jaht oleks meeldejääv, on vaja ettevõttel arendada väga hea jahiturismitoode, mis tagaks ettevõttele kliendi poolse korduvkülastuse.

### **1.3. Jahiturismitoode ja selle arendamine**

Järgnev alapeatükk annab ülevaate jahiturismitootest ning selle arendamisest. Välja on toodud erinevad tegurid, mis on jahituristi jaoks jahireisile tulles olulised. Lisaks sellele on antud ülevaade jahiturismi käsitlevatest elementidest, turismitoote protsessi etappidest ning turismipaketi pakkumiste kolmest tähtsamast kategooriast.

Turismimajanduses on toote väljatöötamise eesmärk rahuldada potentsiaalsete klientide vajadusi (Jing 2009: 607). Komppula (2010: 2) on öelnud, et turismitoode tähendab kliendile väärtust, mis tugineb kliendi vajaduste ja soovide rahuldamisel ning mille teenuse pakkumine oleks kvaliteetne. Turismitoode koosneb mitmetest erinevatest komponentidest, näiteks nagu majutus, toitlustus ja transport (Aas, Tangeland 2011: 822).

Turismitoodet võib samastada ka turismipaketiga. Klient ostab reisipaketi, mille teenuste hulka kuuluvad erinevad turismiteenused. (Mansfeld, Pizam 2009: 187). Turismipaketti tuleb mõista, kui eelnevalt paika pandud reisi, kuhu kuulub näiteks majutus ja transport. (Honkanen, Räikkönen 2012: 2). Reisipakett koosneb vähemalt kolmest erinevast reisiteenusest, milleks võib olla näiteks lend, hotell ja meelelahutus. Klient võib ka ise valida, millist reisiteenust ta soovib oma reisipaketti. (Pablos jt. 2011:

186) Turism on muuhulgas ka ühendatud tarbimine. Selleks, et tarbida turismi, peab see olema valmistatud tootest, mida saab osta. Turismitoode on tavaliselt pakett, mis koosneb sihtkoha atraktiivsusest, kättesaadavusest, teenustest ja hinnast. (Haakana 2007: 12)

On kaks põhilist turismitoote arendamise lähenemisviisi, mida on uuritud. Üheks on lähenemisviis, kus toote tarbija kogeb teenuseid ja kogemusi, mida pakutakse tootja poolt. Näiteks majutusasutused pakuvad ööbimist. Iga teenusepakkuja osutab tarbijale teenust mingi kindla hinna eest. Teine lähenemisviis on tingitud turisti ootusest toote seisukohalt. Turist puutub turismitootega kokku alates ajast, millal lahkutakse kodust kuni hetkeni, mil jõutakse tagasi koju. (Ivanovic 2008:212)

Ettevõtted, kes teevad jahituristidele pakkumisi, kasutavad pakkumistes erinevaid turismi elemente. Näiteks on jahituristile üheks pakkumise variandiks luksusreis. Selline pakkumine tähendab seda, et jahituristile võimaldab see väga head jahitrofeed ja suurt tõenäosust, et jahil saavutatakse edu. Teised pakkumised rõhuvad aga seiklusele ja füüsilisele väljakutsele. Mõned jahimehed aga soovivad pakkumist, mis ühendaks perepuhkuse ja jahilkäigu. Järgnevalt on tabelis ära toodud jahiturismiga seotud turismi elemendid. (Hofer 2002: 29)

**Tabel 1.** Jahiturismiga seotud turismi elemendid (Hofer 2002: 29)

Jahtimise elemendid	Reisimise elemendid	Sihtkohas pakutavad elemendid
<ul style="list-style-type: none"> <li>• jahiulukite liigid</li> <li>• sihtkoht/sihtriik/regioon</li> <li>• jahipidamismeetodid</li> <li>• ettevõtte</li> <li>• jahiinstruktorid</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• piletid</li> <li>• relva sissevedu sihtkohta</li> <li>• erinevad jahindusega seotud dokumendid</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• toitlustus</li> <li>• majutus</li> <li>• tõlketeenus</li> <li>• transport</li> <li>• reisiga kaasnevad lisateenused</li> </ul>

Jahtimise elementide all on mõeldud seda, et miks jahiturist mingisse kindlasse piirkonda jahti pidama tuleb. (Vt. Tabel 1) Reisimise elementide all on mõeldud seda, et mida on jahituristil vaja või mida peab jahiturist omama, et tulla teatud piirkonda jahti pidama. Ning sihtkohas pakutavate elementide all on mõeldud lisandväärtust, mida antud sihtkoht lisaks jahile veel jahituristile pakub.

Jahituristile võidakse teha mitmesuguseid erinevaid pakkumisi, mis sõltuvad atraktiivsusest ja hinnast. Pakette võib jagada kolme kategooriasse (Hofer 2002: 29):

- jahipakett, kus on kõik hinnas;
- pakett, kus kokkuleppeliselt jäetakse mõned otsused jahimehele (näiteks reisi korraldus, kvaliteetne majutus, uluki valik);
- individuaalsed kokkulepped, kus pakkuja ise korraldab kõik jahimehe eest ära.

Jahiturism mõjutab palju erinevaid tegureid turismiturul. Turistidel, sealhulgas ka jahituristidel on mitmeid erinevaid põhjuseid reisimiseks. Kuigi jahtimine võib olla jahituristi peamiseks reisimise põhjuseks, on see ainult üks osa kogu turismitootest. Erinevad turismi elemendid, nagu näiteks transport, erinevad tegevused sihtkohas, teenused, kaubad ja muu selline, võimaldavad jahimeestel pidada jahti väljaspool oma riiki või elupaika. (*How is hunting ...* 2013)

Tootearendus, olgu see siis uute toodete arendamine või olemasolevate toodete uuendamine, on turismi ettevõtete õnnestumise aluseks. Ilma vajalike toodete või teenusteta, mida kliendid tahavad ja soovivad, ei suuda turismi äri püsida. Tootearendus põhineb planeerimise protsessidel. (*Product development* 2013)

Tootearenduse protsess toimub enne tegeliku toote turule tulekut. Selle protsessi käigus otsitakse erinevaid võimalusi, mis tulenevad arendustegevustest. (Bramklev 2007: 29) Turismis põhineb tootearenduse protsess erinevatel etappidel. Tootearenduse protsessi idee on alguse saanud klientide vajadustest. Tootearenduse protsessis on viis etappi ja nendeks on teenuse arendamine, teenuste väljaarendamise protsess, turu test, turundus ja lõplik hindamine. (Haakana 2007: 14)

Teenuse arendamine tähendab turismitootte põhiideed, mille väärtust hindab klient. Teenuse arendamine põhineb kliendi vajadustel ja ootustel. Teenuse arendamise juures on tähtis ka veel see, et kõik uued tooted tuleb arendada kindlatele sihtrühmadele ja seda kindlal eesmärgil. (Haakana 2007: 14)

Teenuse väljaarendamise protsess hõlmab konkreetset arendatavat toodet. Kliendile reklaamitakse toodet tavaliselt kas brošüür või pakumise abil, mis sisaldab vajalikke tegureid ainult kliendile. Teenuse osutajale tähendab teenuse väljaarendamise protsess

seada, et selgeks tehakse vajalikud tegurid, mis peaksid täitma kliendi ootused. Nendeks teguriteks võivad olla näiteks majutus, toitlustus, transport ja tegevused. Teenuse pakkuja peab kõikides nendes tegurites leidma ühiseid seoseid, moodustades sellega teenuste ahela. Selleks, et teenuste ahel oleks korrapäraselt planeeritud, võiks teenuse pakkuja kasutada plaani/arengukava. See aitab kirjeldada kogu teenuse protsessi. Peale teenuse väljaarendamise protsessi on vaja teha finantsanalüüs. Hea turismitoode peaks olema majanduslikult tulus, lihtne müüa ja pika elueaga. Toote juures on eriti oluline eluiga, sest tootearendus nõuab palju raha ja aega. (Samas:15)

Kui pakkujal on toode valmis, on võimalik toodet kontrollida turul. Testimist võib jagada kahte etappi, milleks on potentsiaalsete klientide testimine ja tegelik testimine. Potentsiaalsete klientide testimine on seotud turundusega ning ettevõtet testivad kindlad kliendid. Tegelik testimise grupp koosneb samuti inimestest, näiteks reisikorraldajatest või oma maja töötajatest. Mõlemad test grupid annavad omapoolseid soovitusi, mida võiks parandada ja mis on ettevõttel hästi. Kui turu testimine on tehtud, tuleb teha võimalikud parendusettepanekud ja soovitused enne toote turule toomist. (Samas: 16)

Viimane tootearenduse samm on toote turule toomine. Sel hetkel on turunduskulud suhteliselt kõrged, kuna kõik potentsiaalsed kliendid vajavad efektiivset turundust. Kui peaks juhtuma, et toode pole edukas, siis tuleks kindlasti välja selgitada selle põhjus, kuna nii on võimalik kasutada sama toote arenduse protsessi teises vormis või teisele sihtrühmale. (Samas: 17)

Lisaks sellele peab toote arendamine koosnema viiest elemendist. Nendeks elementideks on füüsiline kogemus, teenindus, külalislahkus, valikuvabadus ja osalus. Vastavalt Smith'i (Komppula 2010: 6) turismitoode, mis koosneb viiest elemendist, viitab füüsiline kogemus kohale ja füüsilistele keskkonna tingimustele, nagu näiteks ilmastik, infrastruktuur jne. Lisaks sellele põhineb füüsiline kogemus teenuste sisendil ja on mõeldud selle jaoks, et toode oleks turistile kasulik. Teiseks elemendiks on teenindus, mis on oluline turisti vajaduste rahuldamiseks. Sinna alla võivad kuuluda näiteks ettevõtte üldiselt, sealne teenindus jne. Kolmandaks elemendiks on külalislahkus, mis peab täitma külaliste ootused. Neljas element, valikuvabadus, on vajalik selleks, et turistil oleks võimalus valida ning saavutada sellega kogemus, millega rahule jäädakse.

Viimaseks elemendiks on kliendi osalus, mis viitab sellele, et kliendi osalemine teenuse protsessis on asjakohane. (Komppula 2010: 6)

Eduka turismitoote arendamiseks on vaja just nende viie elemendi kombinatsiooni. (Samas: 5) Erinevate uuringute tulemused on näidanud, et need viis elementi on küll väga levinud, kuid nende mõju turistidele on erinev. Kõige tähtsamaks on turistid siiski turismitoodete uurimuste käigus valinud füüsilise kogemuse. (Jing 2010: 607)

Jahiturismi tootearendus nõuab efektiivset informatsiooni. Üheks peamiseks põhjuseks, miks jahiturismi arendamine on läbi kukkunud ning tootearenduse protsessid pole täiuslikult läbi töötatud, on teabe puudumine. Et arendada innovatiivset jahiturismitoodet ettevõtetele, on vaja kombineerida erinevaid jahitegevusi, viia läbi turuanalüüs, teha aktiivset turundust ja arendada toodet. (*Sustainable Hunting Tourism ...* 2013)

Turismipaketti ja turismitoodet võib samastada, kuna turismitoode on turismipakettide või teenuste kogum. Turismipaketi komponentideks võivad olla majutus, toitlustus ja ööbimine. Turismiettevõtja võib näiteks kombineerida enda pakutavat majutusteenust konverentside, jahipidamisega, ekskursioonide organiseerimisega ning seda juhul kui nimetatud teenused ostetakse sisse teistelt turismiettevõtetelt. (Blackman jt. 2005: 225)

Kui ettevõtte soovib välja töötada edukat turismipaketti, tuleb mõelda loovalt. Selgeks tuleb leida oma sihtturg ning pakutav toode. Lisaks sellele tuleb kasutada oma ressursse, et luua ja edendada toode, mis oleks kasulik mõlemale osapoolle, nii turistile kui ka ettevõtjale. (*Developing a tourism ...* 2013)

Jahiturismitoote väljatöötamise eesmärk on rahuldada potentsiaalsete klientide vajadusi. Selleks, et turismitoode oleks efektiivne, tuleb ettevõttel kindlaks teha toote sihtrühm. Lisaks sellele tuleb mõelda ka kliendi soovide ja ootuste täitmisele. Et toote tarbimine tagaks kliendipoolse korduvkülastuse ettevõttesse, tuleb kliendile pakkuda kõrgetasemelist teenindust, kogemust, külalislahkust, valikuvabadust ja osalust. Need viis eelpool nimetatud turismitoote komponenti aitavad arendada edukat turismitoodet. Turismitoode koosneb erinevatest teenustest ja turismipakett sisaldab erinevaid tooteid ja teenuseid, seega võib nii turismitoodet kui ka turismipaketti samastada, lihtsalt

turismoode on laiem mõiste. Turismipaketi pakkumine turistile aitab tagada kliendile meeldejäädavama kogemuse. Seda sellepärast, et jahituristil on sealhulgas võimalus ka ise paketi muutmisel kaasa rääkida. Selline valikuvõimaluse viis tekitab rahulolu nii kliendi kui ka teenusepakkuja vahel.

## **2. JAHITURISMITOODETE ARENDAMINE MAJUTUSETTEVÕTTELE**

### **2.1. Uuringu meetod ja korraldus**

Järgnevas peatükis kirjeldatakse uuringu meetodit ja korraldust. Antud lõputöö eesmärgiks on välja selgitada jahituristile huvipakkuvad jahiturismitooted ning hilisemalt teha ettepanekud Tuisuliiva puhkemajale jahiturismitoote ja sobiva jahipaketti arendamiseks. Uuring koosneb kvalitatiivsest ja kvantitatiivsest uuringust, millest üks on intervjuu ja teine ankeetküsitlus. Intervjuu on suunatud jahiseltsi liikmetele, Tuisuliiva omanikule ning küsitlus on suunatud jahituristidele. Esmalt kirjeldatakse intervjuude korraldust ning peale seda antakse ülevaade küsitlustest. Jahiseltsi liikmete vastatud intervjuusid analüüsitakse alapeatükis 2.3., Tuisuliiva omaniku intervjuud analüüsitakse alapeatükis 2.2. ning jahituristide vastatud ankeetküsitlusi analüüsitakse alapeatükis 2.4.

Kvalitatiivse uuringu meetodiks oli valitud intervjuu ning kvantitatiivseks uuringuks oli ankeetküsitlus. Jahimeeste üldkogumiks valis autor kõik Pärnumaa jahiseltsid ning valimiks oli välja valitud uuringusse 8 Pärnumaa jahiseltsi, kes on kõige tihedamalt seotud jahiturismiga. Jahituristide üldkogumiks valis autor kõik jahituristid, kes olid käinud Eestis jahti pidamas ning valimiks valiti 33 jahituristi, kes oli külastanud Pärnumaa jahiseltsi. Antud valimi valik tulenes sellest, et jahiturism ei ole mõeldud massidele ning enamus jahituriste, kes tulevad Eestisse jahile, külastavad ettevõtteid gruppidega, kus maksimaalselt on 10 jahituristi.

Kvalitatiivse uuringu käigus kasutati struktureeritud kirjalikku intervjuud, kus küsimuste sõnastus ja järjekord oli eelnevalt paika pandud. (Burns jt. 2005: 100) Intervjuud viidi läbi kaheksa erineva jahiseltsi liikme poolt, et lisaks jahituristile saada



ka professionaalse osapoole arvamust. (Vt Lisa 1) Intervjuu toimus Interneti vahendusel ja see oli kirjalik, kuna enamus jahiturismiga tegelevate jahiseltside liikmetel ei olnud ajaliselt võimalik intervjuud suuliselt teostada. Kvantitatiivse uuringu käigus kasutati ankeetküsitlust. Seda tehti samuti Interneti vahendusel ning seda sellepärast, et enamus jahiseltsi andmebaasis olevatest jahituristidest olid välismaalased ning nende jaoks oli selline uuringu vorm kõige mugavam. Ankeetküsitlus koostati *LimeSurvey* Internetikeskkonnas, et vastajatel oleks ankeeti mugavam täita.

Lisaks sellele koostas autor veel ühe struktureeritud intervjuu (Vt Lisa 2), mis oli mõeldud Tuisuliiva puhkemaja omanikule. Antud uuringu eesmärgiks oli puhkemaja omanikult teada saada, miks just nende ettevõtte on vaja pakkuda jahiturismi ning millised eeldused on Tuisuliiva puhkemajal selleks olemas. Struktureeritud kirjalik intervjuu oli avatud küsimustega ning kuna ettevõtte omanikule sobis kirjalik intervjuu rohkem, siis oli valitud vastamise viisiks intervjuu täitmine e-posti teel.

Läbiviidava kvantitatiivse uuringu eesmärgiks oli jahituristilt teada saada, mida peab ettevõtte koostöös jahiseltsiga pakkuma, et turist valiks olemasolevate valikute juures just nende jahipaketi. Ankeedis oli välja toodud nii avatud ja kui ka valikvastustega küsimusi. Valikvastustega küsimuste juures oli jahituristil võimalus valida ka muu vastusevariant, kus saadi oma valikut põhjendada ja täpsustada. Ankeet oli tõlgitud nii eesti- (Vt Lisa 3) kui ka inglise keelde.

Kvalitatiivse uuringu läbiviimise eesmärk oli teada saada, millised on jahiseltside arvates jahituristide ootused ja soovid jahile tulles ning kas jahiseltsid suudavad ka kõike seda omaltpoolt pakkuda. Intervjuus, mis viidi läbi jahimeeste seas, kasutati struktureeritud intervjuu vormi ning vastajatel oli võimalus valida nii suulise kui ka kirjaliku intervjuu vahel. Jahimeeste seltsi liikmed valisid vastamise viisiks intervjuu täitmise e-posti teel. Seda just sellepärast, et intervjuueeritav sai ise aja valida, millal ta küsimustele vastata soovis. Lisaks sellele vähendab see vastamisega kaasnevat stressi ja võimaldab anda läbimõeldud vastuseid. (Laherand 2008: 267) Kuna töö autor oli ühendust võtnud mitmete jahiseltsi liikmetega ning neil ei olnud aega, ega võimalust kokku saada, siis pidas autor just sellist intervjuu saatmise viisi kõige paremaks. Intervjuu puhul oli kasutatud avatud küsimusi.

Kvantitatiivse piloot-uuringu viis autor läbi 10. veebruar – 15. veebruar 2013. Kuna selle uuringu läbiviimine ei andnud autorile piisavalt informatsiooni, muutis autor ankeetküsitlust ning viis selle jahituristide seas läbi 01. märts – 24. märts 2013. Kvalitatiivse uuringu viis töö autor läbi 10. märts – 20. märts 2013, kuna see on kõige sobilikum aeg jahiseltsi liikmete jaoks. Teise kvalitatiivse uuringu viis autor läbi 10. mai – 11. mai. Andmete kogumise lõpptähtajaks seadis autor märtsi kuu lõpu. Andmete analüüsi teostas autor osaliselt märtsis, osaliselt aprillis ja osaliselt maikuus.

Ankeetküsitluste andmete kogumisel kasutas autor *LimeSurvey* Internetikeskkonda. Intervjuude puhul kogus autor andmeid e-maili teel ja paberkandjal. Andmete analüüsimisel kasutati sisuanalüüsi meetodit. Saadud tulemusi võrreldi olemasoleva teooriaga (Laherand 2008: 291). Sisuanalüüs on mugav andmeanalüüsi meetod, kuna analüüsi on võimalik teha kindlatele andmetele põhinedes ning seda ilma katkestusteta (Altinay, Paraskevas 2008: 128). Ankeetküsitluste uuringu tulemuste andmete süstematiseerimiseks kasutas autor *Microsoft Exceli* programmi ning seejärel tegi sisuanalüüsi. Intervjuud transkribeeriti tekstiks. Kõik diplomitöös olevad joonised on autori poolt koostatud.

## **2.2. Tuisuliiva puhkemaja hetkeolukord**

Käesolevas peatükis antakse ülevaade Tuisuliiva puhkemajast ja antud ettevõtte tegemistest, üritustest ja olemasolevatest pakettidest. Lisaks sellele, antakse ülevaade Tuisuliiva puhkemaja omanikuga tehtud struktureeritud kirjalikust intervjuust.

Tuisuliiva puhkemaja asub Pärnumaal Häädemeeste vallas, Kabli külas. Tuisuliiva puhkemaja on tegutsenud alates 2010. aastast. Puhkemaja pakub majutust ning asub Kabli liivarannast ainult paarikümne meetri kaugusel. Lisaks majutusele pakub Tuisuliiva puhkemaja ka toitlustamise teenust. (Tuisuliiva puhkemaja 2013)

Tuisuliiva puhkemaja majutuskompleksi kuuluvad puhkemaja ehk rannamaja ning 4 kämpingut. Rannamajas on 7 tuba, kööginurk, kaminaga puhkeruum. Kämpingmajad on kahekohalised. Küllastajate kasutada on päikeseterrass, välibassein, rannamajas asuv saun, Tuisuliiva tünnisaun ja suvel ka välikööök. Terve kompleks mahutab suveperioodil 30 inimest ning lisaks sellele on vähemalt 10-le telkijale telkimisvõimalus.

Talveperioodil pakutakse majutust ainult rannamajas ja seda 20-le inimesele. Juunikuus on plaanis valmis saada ka uue hoone ehitus. Uues majas on võimalik telkijatel ja kämpingu külastajatel kasutada kööginurka ja duširuume. Lisaks sellele on plaanis juuni lõpus ehitada juurde ka kämpinguid, mille tulemusel on ettevõttel 14 ööbimiskohta kämpingutes. (Samas)

Tuisuliiva pakub huvitavaid tegevusi igale sihtrühmale. Näiteks on välja pakkuda:

- Lõuna-Pärnumaa ekskursioonid;
- süstamatkad merele;
- Tuisuliiva päkapikumaa;
- paastulaagrid;
- basseinipeod diskori või elava muusikaga;
- käsitöö ja meisterdamine;
- kokkamise õpitoad;
- massaaži ja iluteenused;
- teema päevad, näiteks Indiaani teemaline päev.

Ekskursioonid on koostatud Lõuna-Pärnumaa ehk Eestimaa lõunaranniku kaunimatest ja huvitavamatest kohtadest ning on mõeldud ka lastega peredele. Ekskursioonide idee on muuta külastajate päevi veelgi sisukamateks. Näiteks pakutakse ekskursiooni Rannametsa Tolkuse õpperajale, Kabli-Kaptenite küla ajalooliste paikade külastamine ja paljudesse muudesse kohtadesse. Ekskursioon sisaldab transporti, toitlustust ja giidiga ekskursiooni. Jahituristil, kes külastab Tuisuliiva puhkemaja, on võimalik kasutada erinevaid ekskursioone, et sisustada vaba aega. Jahituristidele võib huvi pakkuda näiteks Rannametsa Tolkuse õpperaja ekskursioon, kus on võimalik jälgida lisaks loodusele ka erinevaid linde ja loomi.

Tuisuliiva puhkemaja on küllaltki uus ettevõtte, mistõttu ei ole leitud veel erinevaid võimalusi, et ettevõtte oleks avatud aastaringselt ning toimiks ka madalhooajal. Tuisuliiva pakub mitmeid erinevaid tegevusi ning pakette, kuid veel ei ole suudetud arendada paketti madalhooajal, mis tooks ettevõttesse kindla klientuuri. Töö autor usub, et kui ettevõtte pidevalt arendab edasi erinevaid tooteid ja teenuseid, garanteerib see ka

madalhooajal klientide kohaloleku. Tuisuliiva puhkemaja omanikud on juba pikemat aega mõelnud jahipaketi koostamisele ning jahituristide vastuvõtmisele.

Tuisuliiva puhkemajal on olemas kõik tingimused jahituristide majutamiseks. Kuna maksimaalne jahituristide grupp koosneb tavaliselt 10-st jahimehest, siis on vajadusel võimalik ka mitut jahimeeste gruppi majutada. Võimalusel saavad jahituristid majutada puhkemajas või siis kämpingutes. Lisaks sellele pakub Tuisuliiva ka toitlustamise teenust. Võimalusel suudaks puhkemaja jahituristidele pakkuda toitlustamist ka metsas, kui jahil ollakse pikemad päevad.

Tuisuliiva puhkemaja omanikuga viidi läbi ka struktureeritud kirjalik intervjuu, mille eesmärk oli teada saada, miks just nende ettevõtte on vaja pakkuda jahiturismi ning millised eeldused on Tuisuliiva puhkemajal selleks olemas.

Tuisuliiva puhkemaja omaniku sõnul on puhkemaja kuvandiks mitmekülgsete teenuste ja toodete pakkumine erinevatele sihtrühmadele. Lisaks sellele võiksid peamised teenused, mida pakutakse Tuisuliiva puhkemajas olla järgmised:

- majutus;
- paastulaager;
- päkapikumaa;
- jahiturism;
- sünnipäevad, tähtpäevad, pulmad;
- lastelaagrid.

Intervjuust selgus, et praeguseks ettevõtte ideeks on arendada puhkemajale lisaks olemasolevatele teenustele jahiturismi teenuseid või pakette, pakkudes jahituristile puhkust ja mugavusi. Tuisuliiva omaniku sõnul oleks jahiturismi arendamine ettevõttele väga vajalik, seda just sellepärast, et kuna turismi madalhooaeg on sügisel ja kevadel, millal ettevõtet külastab vähe turiste, oleks see ideaalne võimalus suurendada majutusettevõtte täituvust. Puhkemaja omaniku sõnul ei ole veel ühtegi konkreetset paketti praeguseks välja töötatud, kuid hetkeseisuga saab puhkemaja jahituristile pakkuda majutust, toitlustust ning lisateenuseks sauna. Autori arvates saaks Tuisuliiva puhkemaja pakkuda veel erinevaid lisateenuseid, nagu näiteks transport, samuti

toitlustuse organiseerimine metsa. Tulevikus võiks Tuisuliiva pakkuda lisaks olemasolevatele lisateenustele ka näiteks tõlketeenust, lasketiiru jne. Töö autori arvates on tõlketeenus väga oluline, kuna puhkemaja omaniku sõnul külastab antud piirkonda peamiselt soome ja itaalia jahituristid.

Tuisuliiva puhkemaja omaniku arvates on ettevõtte tugevused/eelised jahiturismi arendamiseks järgmised:

- hea asukoht - metsad ümberringi ja lähedal asuv Orajõe jahiselts;
- maja asub looduskaunis kohas - mereääres;
- maja mahutab 20 inimest, mis tähendab seda, et see on just mõeldud väiksemale seltskonnale ning kuna tavaliselt käivad jahituristid kuuldavasti väiksemates gruppides, oleks see neile väga sobiv;
- majas on saun ja head pesemisvõimalused, mis on peale väsitavat jahti eriti olulised;
- võimalus ise süüa teha ja ka süüa kohapeale tellida.

Tuisuliiva puhkemaja omanik on arvamusel, et jahiseltsiga koostöö oleks nende jaoks väga oluline, sest see oleks kasulik mõlemale osapoolale. Lisaks selle annaks jahiselts olulist informatsiooni jahtimise kohta ja kuna puhkemaja omanikul ei ole hetkel mingit teadmisi jahi pidamise kohta, siis jahi peaks organiseerima jahiselts. Autori arvates oleks ettevõttel olemas ka koostööpartnerid, kelleks võiksid olla Orajõe ja Massiaru jahiseltsid. Seda sellepärast, et Tuisuliiva jääb eelpool nimetatud jahiseltside piiridesse.

Tuisuliiva puhkemaja omaniku sõnul pakub ettevõtte ümbruses jahiturismi ainult üks ettevõtte, milleks on Atsikivi puhkemaja. Autori arvates on see ainult positiivne, kuna antud piirkonnas oleks Tuisuliiva puhkemajal vähene konkurents. Intervjuust selgus veel see, et lisaks sellele ei paku teadaolevalt ükski ümbruskonnas paiknev jahiselts ise jahituristidele majutust ja toitlustust, mis viitab sellele, et antud piirkonnas oleks vaja jahiturismiga tegelevat ettevõtet.

Jahituristidele on olulised ka lisateenuse võimalused. Lisateenustena pakub Tuisuliiva sauna kasutamise võimalust ning tünnisauna, mis on peale väsitavat jahti väga heaks lõõgastuseks. Lisaks sellele on jahituristidel võimalus kasutada suvehooajal ka basseini. Vabaajaveetmise võimalusena pakub Tuisuliiva erinevaid ekskursioone. Seega võib

öelda, et kõik vajalikud tingimused jahiturstide majutamiseks ja vastuvõtmiseks on Tuisuliiva puhkemajal olemas.

### **2.3. Intervjuu tulemuste analüüs jahiseltsidega**

Antud alapeatükis annab autor ülevaate erinevate jahiseltsi liikmete vastustest ja teostab analüüsi. Intervjuudele vastasid Pärnumaa kaheksa jahiseltsi, kes soovisid oma andmed anonüümseks jätta.

Intervjuu küsimusele, kui pikaajalist jahikogemust omatakse, vastati ühtselt, et enamus jahimehi on pikaajalise jahinduse kogemusega jahimehed. Intervjuude analüüsimisel selgus, et alla kümne aasta jahikogemust ei olnud kellelgi. Intervjuude vastustest oli välja toodud, et pikaajaline jahikogemus on väga oluline. Jahiturstidele meeldib, et jahil olles on kaasas kogenud jahiinstruktor ja seda sellepärast, et üha rohkem on tekkinud jahi vastu huvi nooremal põlvkonnal.

Küsimusele, kas suudaksite tagada jahiseltsiga jahiturstidele positiivseid ja meeldejäävaid elamusi, vastas suurem osa jahiseltside liikmeid ühtemoodi. Enamus vastanud jahiseltside liikmeid kinnitasid, et suudaksid jahiturstidele pakkuda positiivseid elamusi ja meeldejäävaid kogemusi. Jahiseltside intervjuudest selgus jahimeeste arvates on oluline täita jahiturstiga seotud elemendid, mis tagavad selle, et jahiturst tuleb samasse ettevõttesse või jahiseltsi tagasi. Uuringu käigus tõi üks jahiselts välja järgneva:

*„Kõik oleneb jahiturstide nõudmistest, aga kindlasti üritame pakkuda jahiturstile positiivseid ja meeldejäävaid elamusi, kuna meie jaoks on oluline, et jahiturst tuleks meie juurde tagasi ning levitaks head sõna meie jahiseltsi kohta.“*

Uuringu tulemustest selgus, et põhiliselt on jahiturstidele oluline erinevate jahiuluki liikide olemasolu. Lisaks sellele on oluline ka pikaajalise kogemusega jahiinstruktorid, transfeer jahipiirkonda, tõlketeenus, majutuse ja toitlustuse teenuse pakkumine. Kõike seda jahiturstidele suudetakse ka jahiseltside poolt pakkuda.

Uuringust selgus, et jahiturstidele tehakse pakkumisi, mis on valmis juba jahipaketina, kuid enamus jahiturstide soovivad jahipakettide sisu muuta. Jahiturstidele võidakse teha

mitmesuguseid pakkumisi, mis sõltuvad atraktiivsusest ja hinnast. Uuringu kohaselt valib jahiturist paketi erinevate ulukite olemasolu järgi ning lisaks sellele on tähtis jahituristile ka jahipidamise viis. Enamus jahiseltsid pakuvad jahipaketis varitsusjahti ja ajujahti. Aga oli ka kaks jahiseltsi, kes pakkusid lisaks varitsus- ja ajujahi jahipidamisviisiks veel ka hiilimisjahti, urujahti ja peibutusjahti.

Uuringu kohaselt vastas kaheksast jahiseltsist üks, et pakub lisaks tavapärasele jahipidamisviisile ka fotojahti, millel jahiseltside sõnul on väga kõrge potentsiaal. Fotojahi ainukeseks kitsaskohaks Pärnumaal oleva jahiseltsi arvates on vähene turundus. Uuringus oli välja toodud, et kuna jahiturist tuleb esialgu mõttega, et soovib loomi jahtida, siis ettevõtte omalt poolt ei paku ka fotojahti lisateenusena.

Lisaks tavalisele jahile pakkus kaheksast neli jahiseltsi ka jahivõimalust koos koertega. Jahituristide seas on enam levinud ajujaht, kus tellija pannakse seisma sobivamale kohale ja jahituristile aetakse kas siis jahikoerte või jahimeestega loom ette. Uuringu kohaselt selgus, et ajujaht on peamine soovitud jahtimisviis, kuna see on kõige lihtsam ning tagab alati ka soovitud jahilooma kättesaamise. Põhilised jahiloomad, keda jahituristid jahiseltsi liikmete arvates eelistavad ongi metssead, põdrad ja metskitsed. Uuringus selgus, et jahiseltsid, kes võimaldavad tavaliselt jahil käies ka jahikoeri, kasutavad peamiselt ajavaid ja peatavaid koeri. Kuna jahituristile on oluline tabada jahireisil olles looma, siis lihtsustatakse jahilkäiku jahikoertega. Uuringus kommenteeriti seda järgnevalt:

*„Enamus jahituriste tulevad Eestisse ikkagi uluki tabamise eesmärgil ning ulukit on kõige lihtsam ajada ette jahituristile just jahikoeraga. Sellepärast on jahikoerad jahil käies väga olulisteks abimeesteks.“*

Uuringus toodi välja, et kaheksast jahiseltsist tegid viis jahiseltsi koostööd majutuseettevõtetega ning kolm pakkusid ise jahiseltsis kohapeal majutust ja toitlustust. Jahiseltsid, kes tegid koostööd majutuseettevõtetega, olid rahul ettevõtte poolt pakutava teenusega ning olid kindlad, et jätkavad koostööd. Küsimusele, et miks ei tehta majutuseettevõtetega veel koostööd, ei osanud keegi vastata. Kuid oldi arvamusel, et jahiseltsidel ei oleks midagi selle vastu, kui tulevikus koostöö mõne ettevõttega tekiks, kuna see lihtsustaks jahiseltside tööd.

Uuring näitas, et rahvuse ja vanuse küsimus tekitas vastakaid arvamusi. Oli jahiseltse, kes vastas, et ei ole oluline rahvus ja vanus, vaid jahipidamise kogemus. Kuid oli ka jahiseltse, kes kokkuvõtlikult ikkagi eelistasid rahvustest soomlasi, itaallasi ja sakslasi, kes käivad Pärnumaal kõige enam jahil ja keda teenindatakse hea meelega. Ühe jahiseltsi poolt oli ära mainitud ka austerlased ja norralased. Uuringus selgus, et jahiseltsid võtaksid hea meelega vastu üle 40 aasta vanuse jahituriste, kuna enamus sellises vanuses jahituristidel on piisav jahialane staaž. Uuringu tulemuste kohaselt suudetakse kokku ühe jahiseltsi poolt korraga pakkuda jahti maksimaalselt kümnele jahituristile. Ning seda sellepärast, et suurema grupi puhul ei jõutaks kõigiga individuaalselt tegeleda.

Küsimusele, et millele tuleks kõige rohkem tähelepanu pöörata, kui jahile tuleb väliskülaline, vastasid kõik jahiseltsid ühtemoodi. Kõige olulisem on jahiohutus ning läbimõeldud jahipidamine. Läbimõeldud jahipidamine uuringu tulemuste kohaselt on oluline selle jaoks, et turist ei peaks ootama jahijuhataja järele, vaid et turistid saaksid ise füüsiliselt kogeda erinevaid tegevusi. Oluliseks peeti ka veel külalistega tegelemist ning külalislahkust. Uuringu kohaselt oli üks jahiselts arvamusel, et:

*„Ennekõike tuleks tähelepanu pöörata ohutusele. Oluline on jahituristidele ka läbimõeldud jahipidamine ja jahi organiseerimine. Külalistega tuleb kogu aeg tegeleda, et nad ära ei tüdineks. Kindlasti on meil veel jahiseltse, kelle suhtumist jahituristidesse tuleks positiivsemas suunas muuta.“*

Intervjuudest ei selgunud otseselt eksimusi, mida jahiturismis tehakse, kuid toodi välja siiski paar olulisemat punkti. Üheks olulisemaks punktiks, mille tõid välja kõik jahiseltsid, oli jahieetika. Siiski teatud arv jahiteenuse pakkujad ei pea jahieetikast kinni ning eiravad seda jahituristile meeldejääva elamuse pakkumise nimel. Uuringus oli antud küsimusele üks jahiselts seoses eetika eiramisega kommenteeritud järgnevalt:

*„Peamine on hirm öelda turistile ehk tellijale „ei“. Selle all pean silmas olukorda, kus ei kütita ulukit selle puudumise tõttu. Püütakse iga hinna eest tellijale loom ette ajada, et ta kindlasti külastaks jahiseltsi uuesti. Jahti peaks siiski jätma sisse nõ. õnne faktori.“*



Intervjuudes oli ka ära mainitud see, et loodetavasti jahiteenuste pakkujatel selline käitumine lõppeb, kuna 2013. aasta on välja kuulutatud jahikultuuri- ja eetika aastaks. Lisaks sellele oli üks vastajatest kirjutatud, et on esinenud ohutustehnika rikkumisi ja ei planeerita korralikult jahti enne selle läbiviimist ning ära mainiti ka keelebarjäär, tänu millele on väga raske jahti läbi viia. Probleeme, mis seonduvad jahil käiguga, põhjendati jahiseltsi poolt järgnevalt:

*„Jahti ei organiseerita korralikult ega mõelda põhjalikult läbi, tekivad viivitused ning tihtipeale ei seletata täpselt lahti mida tuleb teha, kuidas tuleb teha jne. Samuti on probleemiks ka keelebarjäär ning paljud jahiseltsid ei pakugi tõlketeenust, mis tekitab omakorda palju segadust, kuna ei saada üksteisest aru.“*

Turunduse küsimusele vastati samuti ühtselt. Kõikide jahiseltside arvates on jahiturismi turundamine väga oluline. Seda just sellepärast, et uuringu kohaselt antud turismiharus levib informatsioon otse inimeselt inimeseni ning kui turundust tehakse efektiivsemalt, tuleks antud piirkonda rohkem jahituriste. Intervjuude vastuste tulemusel oli üks jahiselts järgneval arvamusel:

*„Turundamise seis on muidugi paranemas, kuna iga aastaga on järjest enam jahituriste. Kuid seda tuleks teha rohkem ja efektiivsemalt, kuna see on kasulik turismiarendajatele, linnale, jahimeestele, ulukitele.“*

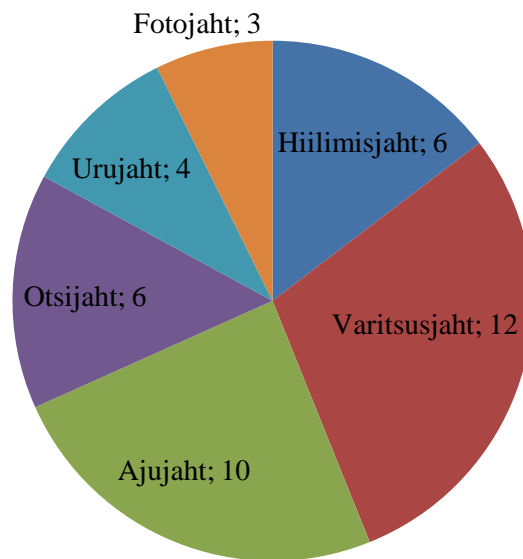
Antud alapeatükis selgus, et uuringus osalenud jahiseltsid, on pikaajalise staažiga jahimehed, kes soovivad pakutava jahi jahituristile meeldivaks teha ning anda endast kõik võimalik, et jahiturist kindlasti ettevõttesse tagasi tuleks. Selle teostamiseks pakutakse jahituristidele erinevaid lisateenuseid, kasutatakse jahikoeri, kes on jahil käies suureks abiks. Lisaks sellele on jahimehed arvamusel, et jahil olles on kõige tähtsam jahiohutus ning seda tuleb järgida pidevalt. Paljud uuringus osalenud jahiseltsid on arvamusel, et jahiturism Eestis ei ole korralikult välja arenenud ning positiivsete tulemuste tagamiseks on veel vaja vaeva näha, kuna üheks takistuseks on kindlasti jahieetika eiramine.

## **2.4. Ankeetküsitluse tulemuste analüüs**

Käesolevas alapeatükis annab autor ülevaate uuringu tulemustest, mis on saadud ankeetküsitluse teel. Ankeetküsitlusele vastas 33 jahituristi, kes on külastanud korduvalt Pärnumaa jahiseltse ja ettevõtteid, kes pakuvad jahipakette.

Jahituristide uuringu tulemused näitasid, et põhiline jahiteenus, mida jahituristidele pakutakse on suurulukijaht. Antud küsimuse vastamisel oli võimalik valida mitu vastusevarianti. 17 jahituristi vastasid, et põhiliseks jahiteenuseks, mida pakutakse ja millepärast jahile tullakse, on suurulukijaht. 12 jahituristi vastasid, et jahipidamise teenuseks, mida pakutakse on väikeulukijaht ja neli jahituristi vastasid, et selleks on jahilindude jahtimine. Sellest võib järeldada, et jahituristid külastavad ettevõtet, mis pakub oma jahipaketis suurulukijahti.

Küsimusele, millist jahipidamisviisi eelistatakse, oli võimalik valida mitu vastusevarianti. 33-st jahituristist vastas 12, et eelistab varitsusjahti ning see oli ka kõige populaarsem jahipidamisviis uuringu tulemuste põhjal jahituristide seas. Uuringus selgus, et nii hiilimis- kui ka otsijahti eelistasid 6 jahituristi (Vt. Joonis 1). Ajujahti eelistasid 10 ja urujahti 4 jahituristi. Fotojahti ehk veretut jahti eelistasid 3 jahituristi. Antud uuringu tulemustest võib järeldada, et jahipakett, mida ettevõtte pakub võiks sisaldada kindlasti varitsusjahti ja ajujahti, kuna need kaks jahipidamisviisi olid antud uuringu tulemuste kohaselt kõige populaarsemad.

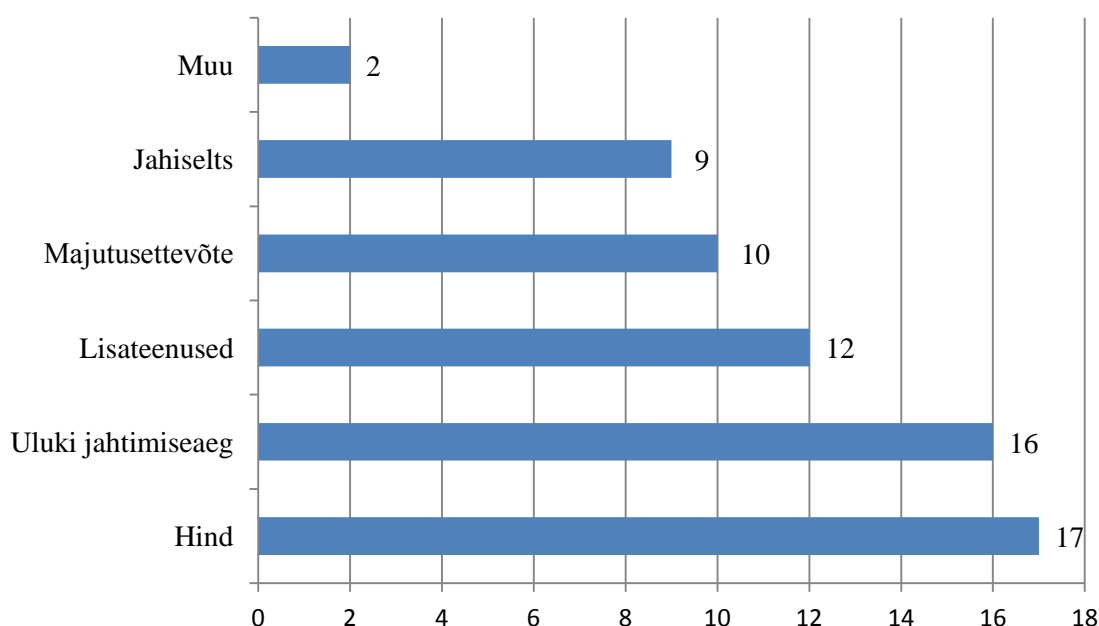


**Joonis 1.** Jahituri eelistused jahipidamisviiside suhtes (autori koostatud).

Jahirelva puudutavate küsimuste tulemusel selgus, et 33 jahituri 30 omasid jahirelva kasutusõigust, millest võib järeldada, et 3 jahituri käivad fotojahil ehk veretul jahil või lihtsalt jahil kaasas loomi jälgimas. 33 jahituri 26-st omavad isiklikku relva ning küsimusele, kas jahirelva on keeruline üle piiri tuua, vastasid kõik jahituri eitavalt. Lisaks oli relva üle piiri toomise juurde jäetud kirjutamise võimalus, et jahituri saaksid oma valikut põhjendada. Kaks jahituri olid põhjendamise lahtrisse lisaks eitavale vastusele kirjutanud, et jahirelva üle piiri saamine pole mingi probleem ning seda on väga lihtne teha. Uuringust lähtudes võib välja tuua selle, et jahiselts, kuhu jahituri tuleb, võiks laenutada ka turistidele relvi, kellel need puuduvad. Küsimusele, kas jahituri peavad oluliseks Eestis kehtestatud jahiseadusi ja nendest kinnipidamist, vastasid kõik jahituri jaatavalt. Antud uuringu põhjal võib järeldada, et jahituri, kes tulevad Eestisse jahti pidama, teevad endale enne reisima tulekut selgeks, millised on Eestis kehtivad jahiseadused.

Küsimusele, mille järgi valitakse jahipakett, võis valida turist mitu vastusevarianti. 33 jahituri 17 vastasid, et kõige olulisem tegur jahipaketi valimisel on hind. (Vt. Joonis 2) 16 jahituri vastas, et jahipakett valitakse uluki jahtimisaja järgi. 12 jahituri vastasid, et nendeks on lisateenused, 10 vastas, et valib jahipaketi majutusasutuse järgi.

9 vastasid, et pakett valitakse jahiseltsi järgi ning 2 valisid valikuvариandist „muu“. „Muu“ vastuse variant oli ära põhjendatud sellega, et jahipakett valitakse ettevõtte kauaaegse koostöö ja usalduse järgi. Antud uuringu põhjal võib järeldada, et jahituristid on suhteliselt hinnatundlikud ning üheks olulisemaiks komponendiks, mille põhjal jahiturist jahipaketi valib, on uluki jahtimise aeg. Lisaks sellele võib väita antud uuringule tuginedes, et liialt vähe on veel jahituriste, kes usaldaks kindlat jahiseltsi või majutusettevõtet.

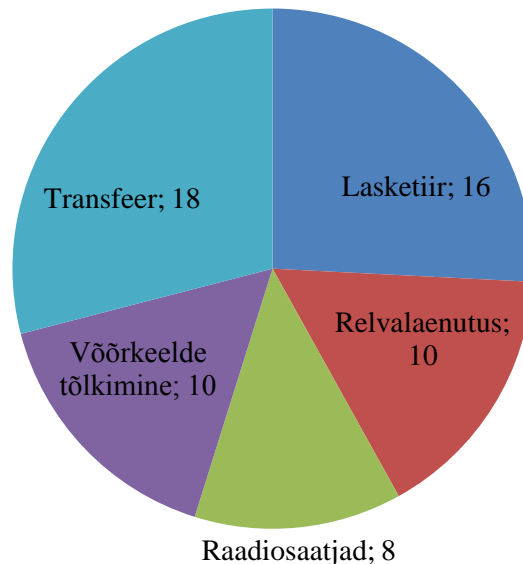


**Joonis 2.** Olulised tegurid jahipaketi valimisel (autori koostatud).

Järgmisena uuriti, mida hindavad jahituristid jahiseltsi juures. Siinkohal oli võimalik valida mitu vastuse varianti. 18 jahituristi ütlesid, et hindavad jahiseltsi juures turvalisust ning see oli ka kõige populaarsem vastus. 16 jahituristi hindasid jahiseltsi juures olulisemaks aspektiks väga head jahipidamise teenust ning 10 jaoks oli olulisem transport jahtimise piirkonda.

Lisateenuste küsimisel oli jahituristil võimalus valida vastusevariandist mitu valikut. Olulisemateks lisateenusteks antud uuringu tulemusel on transfeer jahipiirkonda, mille valisid 18 jahituristi ning lasketiir, mille valisid 16 jahituristi. (Vt. Joonis 3) Olulised lisateenused lisaks jahile olid veel relvalaenus, mille valisid 33 jahituristist 10 ning jahil toimuv võõrkeelde tõlkimise teenus, mis valiti samuti 10. korral. Kõige vähem

valiti lisateenusena raadiosaatjate olemasolu, mida tehti 8. korral. Autor võib järeldada, et jahipaketi koostamisel võiks kindlasti kasutada vabaaja veetmiseks lasketiiru ning üheks oluliseks aspektiks jahipaketi koostamisel on kindlasti transport. Samuti on töö autor arvamusel, et jahituristide soovi korral võiks jahil olla ka tõlkimise teenus, tänu millele ei tekiks liigset segadust ning ei ole olukorda, kus üksteist ei mõisteta või ei saada aru, mida tegema peab. Tulemustest selgus, et raadiosaatjaid jahituristid lisateenusena oluliseks ei pea. Sellest võib järeldada seda, et kuna jahituristid käivad jahil väikeste gruppidenä, hoitakse metsas kokku ja raadiosaatjate olemasoluks pole vajadust.



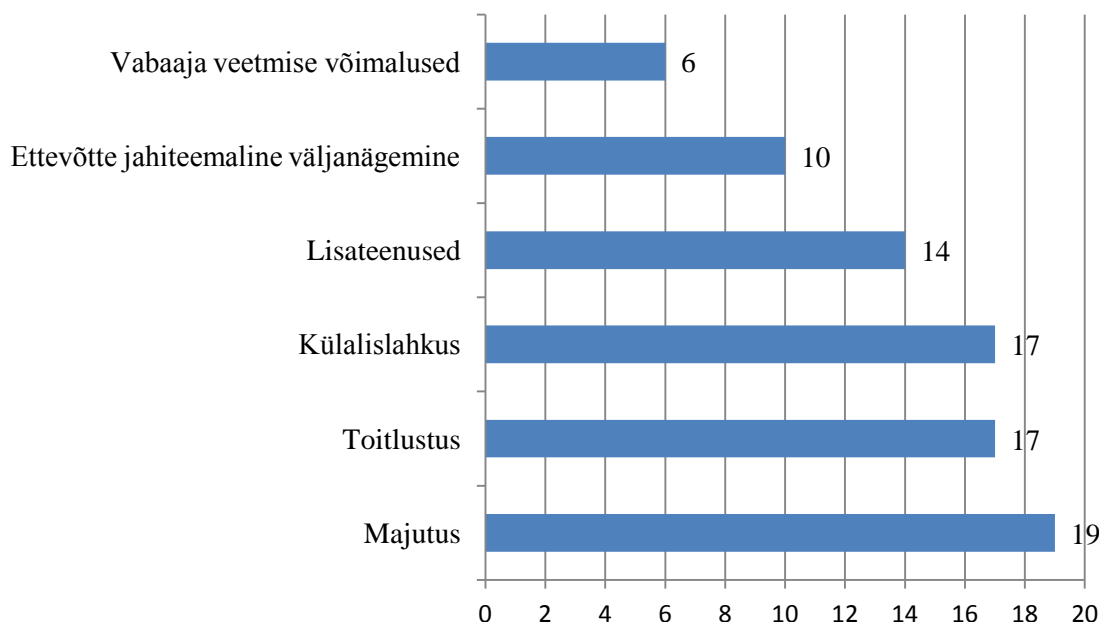
**Joonis 3.** Jahituristide jaoks olulised lisateenused (autori koostatud).

Jahipaketi kestvuse küsimusele vastati väga erinevalt. Kõige rohkem vastati, et jahipaketi kestvus on 3-5 päeva, nii vastas 33 jahituristist 18-st. Ülejäänud tõid kolmel korral välja 7 päeva, neljal korral 6 päeva, neljal korral 3 päeva ja neljal korral 4 päeva. Seega võib uuringu tulemustest lähtudes öelda, et jahipaketi kestvus võiks olla vähem kui nädal aega. Maksimaalselt 5 päeva ja minimaalselt 3 päeva. Autori arvates on see piisav aeg jahil käia, lisateenuseid kasutada ja ka puhata.

Kuna üheks küsimuseks oli ka majutusasutused, mida jahituristid Eestis käies külastanud on, siis võib autor teha järelduse, et kõik vastused, mis olid kirjutatud, viitasid sellele, et jahituristid on külastanud Pärnumaa majutusettevõtteid ja jahiseltse.

Välja oli toodud näiteks Pootsi jahimaja, Vana-Varbla jahiselts, Kapten Mihkel Kurgo Villa jne. Lisaks sellele võib uuringu põhjal öelda seda, et enamik vastanutest on eelneva kogemusega ja teadlikud kliendid.

Küsimusele, et mida hindavad jahituristid majutusettevõtte juures, sai jahiturist valida mitme vastusevariandi vahel. Kõige olulisemaks aspektiks hinnati majutuse teenust. (Vt. Joonis 4) Autori arvates näitavad antud uuringu tulemused, et 33 jahituristist 19 peavad majutust oluliseks sellepärast, et jahil käigu ajal on väga oluline välja puhkamine. Toitlustust pidasid oluliseks 17 inimest 33-st. Ka külalislahkust, mille all on antud kontekstis mõeldud klienditeenindajate ja ka jahiinstruktorite hoiakut jahituristide suhtes ja käitumise viisi terve jahipaketi vältel, pidasid oluliseks samuti 17 jahituristi. 14 jahituristi pidasid oluliseks lisateenuseid nagu näiteks sauna. 10 inimese arvates oli oluline ettevõtte jahiteemaline väljanägemine ning 6 jahituristi hindasid ettevõtte juures vabaaja veetmise võimalusi. Uuringu tulemustest võib järeldada, et vabaajaveetmise võimalused ei ole jahituristi arvates väga olulised, kuna tullakse ikkagi jahtima ja aega selle kõrvalt väga palju üle ei jää.



**Joonis 4.** Jahituristidele olulisemaid aspekte majutusettevõtte juures ( autori koostatud).

Turunduse küsimustele vastasid 29 jahituristi 33-st, et nende jaoks on oluline jahituristile suunatud turundus. Küsimusele, et millist turunduskanalit kasutatakse kui

soovitakse Eestisse jahti pidama tulla, oli jahituristidel võimalus valida mitme vastuvariandi vahel. Kõige populaarsemaks turunduskanaliks, olid sõbrad ja tuttavad. Uuringus selgus, et 33-st jahituristist 23 kasutavad sellist turunduskanalit. Internetti, kui turunduskanalit, kasutati 8 korral ning reisibürood 2 korral. Tulemustest võib järeldada, et jahiturismile ei tehta piisavalt turundust. Kõige rohkem saadakse informatsiooni jahiturismi kohta sõpradelt või tuttavatelt, millest võib järeldada, et jahituristide ja ettevõtete vahel ei ole tekkinud usaldust ning ettevõtte valikul kasutavad jahituristid ikka sõprade ja tuttavate arvamust ning kogemust. Autori arvates aitaks tõhusam turundustöö Eestisse tuua rohkem jahituriste ning võibolla suurendaks see ka jahituristide usaldust ettevõtte vastu.

Ankeedis oli ka avatud küsimus, millega sooviti teada saada, millised on enim levinud vead, mida tehakse majutusettevõttes ja jahiseltsis. 20 jahimeest jätsid sellele küsimusele vastamata. Kuid 13, kes sellele vastasid, tõid välja väga erinevaid eksimusi, mida tehakse. Näiteks oli välja toodud, et jahtimist korraldatakse jahiseltsi poolt ebaprofessionaalselt. Lisaks sellele vastati mitu korda, et liiga palju on jahil olles ootamist. Mitmel korral võis näha ka vastust, et võetakse korraga liiga palju jahituriste ühte rühma ning siis ei jõuta korralikult kõigiga individuaalselt tegeleda. Ära oli mainitud ka halb planeerimine jahil olles ning lubatud ulukit siiski ei tabata. Ka majutusettevõtte kohta oli mitmel korral välja toodud see, et hind ja tingimused muutuvad ettevõttesse kohale tulles, kuigi eelnevalt on kogu pakett juba kokkulepitud. Samuti vastati mitmel korral, et majutusasutuse töötajad ei ole piisavalt kompetentsed.

Kõik jahituristid, kes ankeetküsitlusele vastasid, olid eelnevalt külastanud Eestit jahipidamise eesmärgiga. Küsimustiku lõpus olid küsimused vastajate isikuandmete kohta ehk vastajate sugu, rahvus ja vanus. Vastajate isikuandmed olid olulised selle jaoks, et teada saada, mis rahvusest kodanikud Pärnumaad jahialase eesmärgiga külastavad, millises vanuses, mis soost ning millised on nende ootused ja soovid, et siin viibitud aeg oleks kvaliteetne ning nad külastaksid ettevõtet uuesti. Ankeeti täitsid soomlased, itaallased ja sakslased. Kõik ankeetküsitlusele vastajad olid meessoost isikud ning kõige noorem vastaja oli 29 ja vanim oli 68. Uuringu tulemustele põhinedes võib öelda, et jahituristid on väga erinevas vanuses, kuid kõikide ootused ja soovid on ühesugused.

## 2.5. Uuringutest tulenevad järeldused ja ettepanekud

Antud alapeatükis toob töö autor välja mõlemast uuringust tulenevad järeldused ja teeb uuringute tulemuste põhjal parendusettepanekud jahipaketi arendamiseks. Lisaks arendab omalt poolt välja 2 sobilikku jahipaketti Tuisuliiva puhkemajale ja ühe konkreetse jahitoote.

Kõik jahituristid, kes ankeetküsitlusele vastasid, olid eelnevalt külastanud Pärnumaal olevaid majutusettevõtteid ja jahiseltse ning sellest võib eeldada seda, et enamik vastanutest on eelneva kogemusega ja teadlikud kliendid. Uuringu tulemustest selgus, et kõik vastajad olid mehed ning antud uuringu põhjal oli keskmine vastanute vanus vahemikus 40-50 eluaastat. Ka intervjuudest selgus, et jahiseltsid võtaksid hea meelega vastu üle 40 aastaseid jahituriste. Lisaks selgus ka see, et põhilised kliendid, kes Pärnumaad jahi pidamise eesmärgil külastavad, on sakslased, soomlased ja itaallased.

Tuisuliiva puhkemaja ei saa jahipaketti üksinda koostada, vaid peab selleks otsima sobiva jahiseltsi või jahiseltsid. Töö autor teeb majutusasutusele ettepaneku valida kas Orajõe või Massiaru jahiseltsi, kuna Tuisuliiva jääb nende jahiseltside piiridesse. Jahiturismi teenuse arendamise antud piirkonnas on väga oluline, kuna hetkel pakub sama teenust vaid üks majutusettevõte ning teadaolevalt jahiseltsid ja jahimajad ise majutuse ja toitlustuse teenust ei paku.

Põhiline jahipaketi kestvus on antud uuringu alusel tavaliselt 3-5 päeva. Sellest võib jahiseltsile ja Tuisuliiva majutusettevõttele ettepaneku teha, et minimaalseim jahil veedetud pakett võiks olla kolm päeva ning maksimaalne päevade arv jahipaketil võiks olla viis päeva.

Antud uuringus selgus, et põhiline jahiteenus, mille pärast jahiturist Eestisse tuleb, on suurulukijaht. Teooria kohaselt peetakse suurulukiteks pruunkaru, põtra, hunti, punahirve, metssiga, metskitse ja ilvest. Põhilised jahiloomad, keda jahituristid jahiseltsi liikmete arvates eelistavad, on metssead, põdrad ja metskitsed. Teooria kohaselt võib metssiga jahitada aastaringselt, põtra 15. septembrist 15. detsembrini ja metskite 1. juunist 31. detsembrini. Sellest tulenevalt võib Tuisuliiva puhkemajale teha ettepaneku, et jahipakette koostama hakateks võiks paketid teha esialgu sügiskuuudeks ja



suvekuudeks. Jahiturstid eelistavad jahipidamisviisidest eelkõige varitsus- ja ajujahti. Intervjuude uuringu kohaselt selgus, et ajujaht on peamine soovitud jahtimisviis ning seda pakutakse ka kõige rohkem. Siinkohal võib Tuisuliiva ettevõttele soovitada, et enne kui valitakse jahiselts, siis tuleks uurida, kas nemad pakuvad varitsus- ja ajujahti.

Antud uuringu tulemustele tuginedes võib autor öelda, et kuigi kõik jahiseltsi töötajad olid pikaajalise tööstaažiga jahimehed, siis jahiturstid mainisid ära selle, et jahid ei ole piisavalt hästi planeeritud. Siinkohal saab Tuisuliiva puhketalu koos jahiseltsiga enne jahti koostada kindla päevaplaani, mille järgi jahiturstid juhinduksid. Näiteks millal jaht algab ja orienteeruvalt lõppeb, millal toimub toitlustamine jne.

Kuna uuringu tulemuste kohaselt suudetakse kokku ühe jahiseltsi poolt korraga pakkuda jahti maksimaalselt kümnele jahiturstile. Ning seda sellepärast, et suurema grupi puhul ei jõutaks kõigiga individuaalselt tegeleda, on töö autor arvamusel, et jahipakett võiks olla tehtud kuni 6le jahiturstile, sest siis jääks aega kõigi jaoks. Kuna küsitlustest selgus see, et jahiseltsid võtavad liiga suured grupid korraga ning ei jõua tänu sellele kõigiga individuaalselt tegeleda, siis väiksema grupi puhul saaks kõik tähelepanu ning võibolla hoiaks see ka ära liigse ootamise, mida mainiti uuringus jahiturstide poolt mitmel korral. Kuna jahiturstid on hinna suhtes väga tundlikud ning 3 päevane jahipakett on suhteliselt kallis, siis ei ole vaja muretseda sellepärast, et nii jahiturstil kui ka pakkumise tegijal huvi kaob, kui grupi suurus on väiksem. Lisaks sellele võib tagada väiksema grupi puhul individuaalsem lähenemine selle, et turist valib ka järgneval korral sama ettevõtte ja jahiseltsi.

Enamus jahiseltside liikmed suudavad pakkuda jahiturstidele positiivseid elamusi ja meeldejäävaid kogemusi. Jahiturstid peavad kinni jahiturstiga seotud elementide täitmisest, mis kindlustab nii ka jahiseltsile pideva klientuuri. Teoorias selgus, et olulisemateks elementideks on erinevad jahiulukite liigid, jahipidamismeetodid, jahiinstruktorid, transfeer jahipiirkonda, tõlketeenus, majutus, toitlustus. Lisaks sellele ka vabaaja veetmise võimalused ja lisateenused, mis peale jahti suudaksid jahiturstide lõõgastuma panna, näiteks saun. Siinkohal teeb autor ettepaneku Tuisuliiva puhkemajal otsida sobiv võõrkeelne tõlk, näiteks võib esialgu tellida tõlgi Pärnust, Lingo OÜ ettevõttelt. Välja on valitud see ettevõtte sellepärast, et tõlget pakutakse just soome, itaalia ja saksa keeles. Peale selle võiks Tuisuliiva otsida ka koostööpartneri lasketiirust,

näiteks lähim lasketiir asub Pärnus. Tuisuliiva majutusettevõtte teeb koostööd väikebussi transpordi teenust pakkuva ettevõttega, kuhu maksimaalselt mahub 9 inimest, siis sobib see väga hästi.

Uuringust selgus, et jahituristidele tehakse tavaliselt pakkumisi, mis on valmis juba jahipaketina, kuid alati on jahituristil võimalus kokkuleppeliselt paketi sisus midagi muuta. Teooria kohaselt võib pakkumisi jagada kolme kategooriasse. Nendest levinum on pakett, kus kokkuleppeliselt jäetakse mõned otsused jahimehele (näiteks reisi korraldus, kvaliteetne majutus, uluki valik). Uuringus selgus, et jahituristid ei ole rahul sellega, et turisti saabudes on tihtipeale hind ja tingimused juba ära muudetud ning see häirib jahituriste. Siinkohal teeb autor Tuisuliiva puhkemajale ettepaneku, et kui hind ja teenused lepatakse kokku, siis nende hilisema muutmise korral annaks ettevõtte omaltpoolt näiteks mõne lisateenuse tasuta, selleks lisateenuseks võib olla ka näiteks ekskursioon, lasketiiru külastamine Tuisuliiva puhkemaja kulul vms.

Lisaks sellele oli uuringus ainult kahel korral välja toodud see, et ettevõtte või jahiselts valitakse pikaajalise koostöö ja usalduse järgi. Sellest võib järeldada, et antud uuringu põhjal on väga vähe turiste, kes teevad oma otsuse ainult usaldusele tuginedes. Siinkohal on autor arvamusel, et jahiselts ja majutusettevõtte peab hoidma oma kliente, et jahiturist jääks lojaalseks kindlale ettevõttele. Sellest lähtuvalt on töö autoril ettepanek nii Tuisuliiva puhkemajale kui ka jahiseltsile, et kogu jahipakett peab olema arendatud nii, et kui jahiturist lahkub Tuisuliiva ettevõttest, siis peaks ta olema paketiga rahule jäänud. Kindlasti võiks Tuisuliiva puhkemajal olla ka tagasiside lehed, et kui jahiturist pakutava teenusega rahule ei jäänud, saab ta üksikasjalikult välja tuua, mis talle jahipaketi juures ei meeldinud. Samuti on pidev tagasiside oluline ja vajalik ka toodete edasiarendamiseks. Lisaks sellele võiks Tuisuliiva puhkemaja pakkuda eelnevalt külastanud ja tagasi naasenud jahituristile väikest soodustust, kuna ka see võib võita kliendi usalduse.

Uuringus selgus, et kõige olulisem tegur, millele tuleb tähelepanu pöörata, kui jahil on kaasas väliskülaline, on jahiohutus. Kõik jahiseltsid vastasid ühtemoodi, et olulisim on jahiohutus ning läbimõeldud jahipidamine. Teooria kohaselt on jahipidamisel väga tähtis järgida ohutusnõudeid. Ühisjahil peab jahiohutuse tagama jahijuhataja. Läbimõeldud jahipidamine uuringu tulemuste kohaselt on oluline selle jaoks, et turist ei

peaks ootama jahijuhataja järele vaid, et saaks ise füüsiliselt kogeda erinevaid tegevusi. Oluliseks peeti ka veel külalistega tegelemist ning külalislahkuse pakkumist. Teoorias selgus, et väga hea tootearendus koosneb viiest elemendist, kuhu kuuluvad ka füüsiline kogemus ja külalislahkus. Erinevate uuringute tulemused on näidanud, et kõige tähtsamaks peavad turistid viiest erinevast elemendist just füüsilist kogemust. Uuringus selgus, et ka jahituristid pidasid kõige olulisemaks teguriks jahiseltsi juures turvalisust ning väga head jahipidamise teenust. Siinkohal teeb autor ettepaneku jahiseltsidele, et jahilkäik oleks eelnevalt korraldatud ja planeeritud, et ei tekiks olukorda, kus jahiturist peaks ootama. Jahiohutuse poolelt on autoril ettepanek, et jahiseltsid kontrolliksid kindlasti kõikide jahituristide relvalubasid, annaksid jahituristidele jahimehe ohutusvestid jne.

Antud uuringu põhjal võib järeldada, et nii jahituristid kui ka jahimehed on teadlikud turundamisest ning seda peetakse väga oluliseks. Uuringus selgus, et jahiseltside arvates levib jahiturismis informatsioon inimeselt inimesele ning uuringu kohaselt ka enamasti jahituriste saab informatsiooni sõbralt või tuttavalt. Nii jahituristid kui ka jahimehed on arvamusel, et efektiivsem turundus tagaks rohkem turiste jahimeeste jaoks ning suuremat huvi jahituristide seas. Teabe puudumine on üheks peamiseks põhjuseks, miks jahiturismi arendamine pole olnud edukas ning tootearenduse protsessid pole täiuslikult läbi töötatud. Teoorias selgus, et ettevõtte saaks arendada innovatiivset jahiturismitoodet, on vaja luua erinevaid jahitegevusi, turuanalüüsi, teha aktiivset turundust ja tootearendust. Sellest järeldades teeb autor ettepaneku, et nii ettevõtted ise kui ka jahiseltsid saavad kaasa aidata efektiivsemale turundusele. Seda siis näiteks Interneti kodulehte täiendades erinevate jahipakkettidega ja jahialast informatsiooni sinna lisades ehk kõige parem on teha internetiturundust. Samuti võib Tuisuliiva saata teatud aja tagant juba ettevõtet külastanud jahituristide e-mailile näiteks uuenenud jahipakkettide ja soodustuste kohta lisateavet. Lisaks selle aitavad kaasa ka erinevad jahimehed, kus on võimalik Tuisuliiva puhkemaja turundada ning ettevõtte andmebaasi jahituristide kontakte juurde saada. Suust suhu turundust oleks võimalik Tuisuliival kombineerida nii, et teenust kasutanud jahimehe soovitusel, teeb ettevõtte teenuse ostjale sümboolse allahindluse.

Uuringu kohaselt vastas kaheksast jahiseltsist üks, et pakub lisaks tavapärasele jahipidamisviisile ka fotojahti ehk veretut jahti. Ka jahituristide uuringu põhjal võib järeldada, et 33-st ainult paar inimest kasutas fotojahti. Fotojahi ainukeseks kitsaskohaks Pärnumaal on vähene turundus. Teoorias selgus, et samal arvamusel on ka Margus Timmo, kelle sõnul ei tehta Eestis oskuslikku müüki ja turundust fotojahile. Teooria kohaselt saavad jahituristid fotojahist tavaliselt siis teada, kui neile pakutakse võimalust puhkuse pikendamiseks ning lõõgastumiseks. Siinkohal on autoril Tuisuliiva puhkemajale ettepanek, et ettevõtte võiks arendada turismitooteks fotojahi paketi, kus lisaks fotojahile võiks olla ka paketi sees näiteks loomade söötmine, vaatlemine jne. Seda sellepärast, et seda teenust pakuvad väga vähesed ettevõtted ning seda võiks kasutada ka lisateenusena jahimeestele, kes tulevad ulukit küttima. Turundada võiks seda samuti Internetis ning levitada suusõnaliselt jahimeestele, kes Tuisuliiva puhkemaja külastavad. Ettevõttel ei ole vaja muud, kui leida teadlik jahimees, kes tegeleb ka pildistamisega ning kes oleks nõus metsas korraldama erinevaid ekskursioone, selleks inimeseks võiks olla näiteks Vahur Sepp, kes on looduse fotojahiga tegelenud ligi 20 aastat. Kuna ettevõtte pakub omaltpoolt majutust, toitu ja ka mõnda lisateenust, siis hetkeolukorraga saaks Tuisuliiva antud turismitoote „käivitada“ üpris kiiresti.

Kuna ettevõttel on huvi ning soov arendada jahiturismipaketti ja turismitoode Tuisuliiva puhketalus, siis usub autor, et selleks on ettevõttel palju erinevaid võimalusi. Olulisemad lisateenused on ettevõttel juba olemas, milleks on näiteks transport, saun, basseini ja tünnisaun ning juurde ehitada midagi konkreetset praegu vaja ei ole. Lisaks fotojahile, teeb autor Tuisuliiva puhkemajale ettepaneku teha erinevaid jahipakette. Tuginedes uuringule toob töö autor välja kaks jahipaketti, mis võiksid jahituristidele huvi pakkuda.

#### Jahipakett 1:

- majutus (3 ööd);
- toitu (hommiku-, lõuna- ja õhtusöögid) ning vajadusel võib toidust teha ka metsas;
- jahikäik (2 päeva, koos juhendaja ja koertega);
- lisateenused (lasketiir, sauna kasutamine);

- transport (jahialale, puhkemajja).

#### Jahipakett 2:

- majutus (5 ööd);
- toitlustus (hommiku-, lõuna- ja õhtusöögid) ning vajadusel võib toitlustuse teha ka metsas;
- jahilkäik (4 päeva, koos juhendaja ja koertega);
- lisateenused (sauna kasutamine, lasketiir, soovi korral Tolkuse raba külastamine);
- transport (jahialale, puhkemajja, soovi korral ka ekskursioonile).

Kuna ei ole teada täpset statistikat ja andmeid, kui palju käib jahituriste Eestis, millistest riikidest, millistel perioodidel, siis pakub töö autor välja lähtuvalt uuringu tulemustest, et paketid võiksid olla esialgu koostatud sügis- ja suvekuudel. Jahipaketid võiksid olla 3-5 päeva, olenevalt jahimeeste soovist. Ning kuna enamuse jahituriste on uuringu tulemustele põhinedes sakslased, itaallased ja soomlased, siis peaks eelnevalt jahituristidelt küsima, kas tõlketeenust on vaja või mitte. Jahipaketi hind kujuneb jahituristide soovitud lisateenustest, jahiajast ning ulukist, keda jahtima tullakse. Suvekuudel on jahipakett kallim ning sügiskuudel odavam. Samuti küsitakse jahituristilt võrreldes väikeulukijahiga, suurulukijahtimise eest kõrgemat hinda.

Autor usub, et kõige olulisem tegur turismitoodete arendamise juures on välja töötada sobivad jahiturismitooted, millel oleks pikk iga ning kindel klientuur. Selle saavutamiseks, tuleks kindlasti tegeleda ka turundusega, kuna erinevad turundustegevused tagavad ettevõtte laialdasema külastatavuse ning ka püsiklientide tekke. Ettevõtte peab koguaeg arenema ning välja töötama uusi lisateenuseid, et kliendid jääksid lojaalseks ning ei valiks teisi, samal turul konkureerivaid, ettevõtteid. Jahipaketid peaksid ettevõttel olema koostatud viisil, et vajadusel oleks jahituristil võimalus pakette muuta ja endale sobivamaks kujundada. Paketid peaksid kindlasti olema koostatud nii, et kliendil oleks võimalus valida kas pikema aja paketi või lühema aja paketi vahel. Lisaks sellele, et Tuisuliivale on rendatud ka jahiturismitoode, milleks on fotojaht, võiks tulevikus ettevõtte arendada ka juurde uusi jahiturismitooteid, et jahituristidel oleks laiem valikuvõimalus.

## KOKKUVÕTE

Inimesed on jahindusega tegelenud juba pikaajaliselt ning tundnud huvi looduse ja loomade vastu. Soovist kogeda jahtimist ka uutel territooriumitel, on tekitanud turismiharu, milleks on jahiturism. Eesti loodusel on olemas kõik eeldused selleks, et sinne jahiturism sujuks positiivselt ning turistid sooviksid siia tulla. Siiski on mõned puudused, millega tuleb tegeleda, et jahiturist valiks selleks piirkonnaks just Pärnumaa.

Käesoleva lõputöö teema valikul lähtus autor sellest, et jahiturism on kasvav trend ning seda on uuritud siiski suhteliselt vähe. Lisaks sellele valiti aasta 2013 jahikultuuri- ja eetika aastaks, mis tähendab seda, et suuremat rõhku pannakse sel aastal jahikultuuri tähtsusele ja vajalikkusele.

Antud lõputöö eesmärgiks oli välja selgitada jahituristile huvipakkuvaid jahiturismitooteid, mille järgi tehti ettepanekud ja arendati Tuisuliiva puhkemajale jahiturismitoode ja sobiv jahipakett. Töö autor lähtus töö kirjutamisel sissejuhatuses ära toodud eesmärgist ning ülesannete püstitusest. Eesmärgi täitmiseks viis töö autor läbi kaks uuringut, milleks oli ankeetküsitlus ja intervjuu. Ankeetküsitluse viis autor jahituristide seas läbi 01. märts – 24. märts 2013. Intervjuu uuringu jahiseltsidega viis töö autor läbi 10. märts – 20. märts 2013 ja intervjuu Tuisuliiva puhkemaja omanikuga viis töö autor läbi 10. mai – 11. mai. Lõputöös seatud eesmärk sai autoripoolt täidetud.

Paljud majutusettevõtted ja jahiseltsid ei suuda klientidele pakkuda seda, mida nad soovivad ja vajavad, seega ei kasutata piisavalt ära võimalusi, et arendada jahiturismitooteid. Töö autor jõudis järeldusele, et ettevõtte peaks ennast rohkem turundama, et kliendi teekond viiks just valitud ettevõtteeni. Turundust tuleks teha näiteks ettevõtte kodulehel ja seda soome-, itaalia- ja saksa keeles. Seda sellepärast, et just need rahvused külastavad Eestit jahiturismi eesmärgil kõige tihedamini. Lisaks

sellele on oluline see, et ettevõtted peaksid oma lubadustest kinni pidama ning pakkuma jahituristidele seda, milles eelnevalt on kokku lepitud.

Uuringu tulemustele põhinedes toob töö autor välja olulisemad uuringu tulemused, mis on suunatud nii Tuisuliiva puhkemajale kui ka jahiseltsile, kellega Tuisuliiva koostööd hakkab tegema. Kõigepealt tuleks majutusettevõttel leida sobiv jahiselts või jahiseltsid, kellega koostööd hakatakse tegema. Kuna Tuisuliiva puhkemaja jääb Orajõe ja Massiaru jahipiiridesse, siis need kaks jahiseltsi oleksid ettevõttele väga sobivad. Jahituristile meeldib lisaks jahil käimisele ka kasutada erinevaid lisateenuseid. Tuisuliiva ettevõtte pakub sauna ja tünnisauna kasutamise võimalust. Samas võiks Tuisuliiva teha ka koostööd mõne ettevõttele lähedamal asuva lasketiiruga, et turistid saaksid lisateenusena seda soovi korral kasutada. Kõige lähemal asuv lasketiir paikneb Pärnus. Samuti võiks jahiselts omaltpoolt pakkuda näiteks relvalaenutust jahituristidele, kelle on relvaluba olemas, aga ei oma jahirelva. Kuna uuringu tulemustest selgus, et enamus jahituriste meelitas Eestisse just suurulukijaht ning pigem on eelistatud varitsus- ja ajujaht, siis jahiseltsid võiksid ka neid jahipidamisviise pakkuda. Neid pakette võiks Tuisuliiva puhkemaja pakkuda esialgu sügisel ja suvel.

Lähtudes uuringule võiks Tuisuliiva majutusettevõtte koostöös jahiseltsiga pakkuda ka transpordi teenust jahipiirkonda ja ekskursioonidele, mida jahituristile pakutakse. Selleks, et tagada transport, teeb Tuisuliiva puhkemaja koostööd väikebussi transporditeenust pakkuva ettevõttega. Samuti oleks lisateenusena jahil vajalik ka võõrkeelse tõlgi olemasolu, keda võib esialgu tellida Pärnust ning valida tuleb ettevõtte, kes pakuks soome, itaalia ja saksa keeles tõlketeenust. Majutusettevõtte peab tagama ka näiteks jahituristi soovi korral lõunasöögi metsas kui jahipäev on pikk ja majutusasutusse vahepeal tagasi ei tulla.

Uuringu tulemustele põhinedes peaks Tuisuliiva puhkemaja kindlasti kinni pidama hinnast, mida esialgselt lubatakse, kuna jahiturist on väga hinnatundlik klient. Samuti võiks jahiselts võtta vastu sellise suurusega jahituristide grupi, kelle soove ja vajadusi oleks võimalik ka rahuldada. Seda sellepärast, et jahituristid soovivad individuaalset lähenemist ja eriti oluline on neile planeeritud ja ettevalmistatud jahipidamine.

Autor usub, et Tuisuliiva ettevõttel on võimalik arendada erinevaid jahiturismitooteid ja väga hea võimalus on teha seda näiteks jahipaketi kaudu. Tuisuliival on praeguseks olemas kõik vajalik, et koostada toimiv jahipakett ning tulevikus arendada juurde erinevaid lisateenuseid. Kindlasti aitab jahiturismitoodete arendamisele kaasa ka jahiselts, kellega koostöös sujuks kindlasti kõik lihtsamalt. Käesolev lõputöö on Tuisuliiva puhketalule väga vajalik, kuna uuringus tulenevate jahituristide arvamused, soovid ja ootused võimaldavad arendada ettevõttele jahipaketi. Tänu uuringule on ettevõttel võimalik teha ettevõttepoolne analüüs, mis võimalused on Tuisuliival praeguseks juba olemas ning mida on vaja juurde arendada.

Töö autor leiab, et antud lõputöö eesmärk ja uurimisülesanded said täidetud, kuid ettevõttel tuleks veel pingutada, et toimivad jahiturismitooted arendada. Antud lõputöö annab ettevõttele juurde ideid, millises suunas on vaja edasi areneda ja mida on vaja, et jahiturismitoodete arendamine saaks võimalikuks. Lisaks sellele võiks antud töö huvi pakkuda ka teistele majutusettevõtetele. Eelkõige ettevõtetele, kes soovivad arendada jahiturismitooteid või on seda juba teinud, aga jahiturismitooted pole veel klientide jaoks piisavalt populaarseks kujunenud. Samuti võivad antud tööst saada kasu ka jahiseltsid, kes tegelevad jahituristidega, sest antud töös on välja toodud ka jahiseltsidele parendusettepanekuid parema jahi läbiviimiseks.



## VIIDATUD ALLIKAD

**Aas, O., Tangeland, T.** 2011. Household composition and the importance of experience attributes of nature based tourism activity products – A Norwegian case study of outdoor recreationists. *Tourism Management*, Vol. 32, pp. 822.

**Alas, J.** 2007. Bloodless hunters trade guns for cameras. *The Baltic Times*.  
[<http://www.baltictimes.com/news/articles/17220/>]. 15.01.2013.

**Altinay, L., Paraskevas, A.** 2008. *Planning research in hospitality and tourism*. Hungary: Butterworth-Heinmann

**Annus, M.** 2012. Jaht ei tähenda tulistamiskirge.  
[<http://www.maaleht.ee/news/mets/jaht/jaht-ei-tahenda-tulistamiskirge.d?id=65331358>] 20.02.2013.

**Baldus, R. D., Damm, G. R., Wollscheid, K.** 2008. *Best Practices in Sustainable Hunting*. Hungary: CIC Tehnical Series Publication No. 1.  
[<ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/aj114e/aj114e.pdf>] 20.02.2013.

**Blackman, H., Rowe, A., Smith, D. J., Stewart, S.** 2005. *Travel & Tourism*. Portsmouth: Heinemann Educational Publishers

**Bramklev, C.** 2007. *Towards Integrated Product and Package Development*.  
[<http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=609815&fileId=610071>] 03.02.2013.

**Burns, P., Palmer, C., Ritchie, B., W.** 2005. *Tourism research methods*. London: CABI Publishing

Developing a tourism package.  
[<http://southafrica.smetoolkit.org/sa/en/content/en/6145/Developing-a-tourism-package>] 02.03.2013.

Fototurism Eestis. Puhka Eestis. [<http://www.puhkaeestis.ee/et/avasta-eestimaad/hobid-ja-huvialad/fototurism>] 27.01.2013

**Gartner, C. W., Komppula, R.** 2013. Hunting as a travel experience: An auto-ethnographic study of hunting tourism in Finland and the USA. *Tourism Management*, Vol. 35, pp. 168-180.

**Haakana, H-P.** 2007. Product development in hunting tourism. German hunters as a target group for a Finnish service provider. Finland: School of Tourism and Services Management.  
[<http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/17547/tmp.objres.410.pdf?sequence=2>] 05.03.2013.

**Higginbottom, K.** 2004. Wildlife Tourism impacts, management and planning. Australia: Common Ground Publishing Pty Ltd. 05.03.2013.

**Hofer, D.** 2002. The Lion's Share of the hunt. Trophy Hunting and Conservation – A review of the legal Eurasian tourist hunting market and trophy trade under CITES. Brussel: Traffic Europe, pp. 29.

**Honkanen, A., Räikkönen, J.** 2012. Does satisfaction with package tours lead to successful vacation experiences? *Journal of Destination Marketing & Management*, pp. 2.

How do we have to understand Hunting Tourism. International Council for Game and Wildlife Conservation. [<http://www.cic-wildlife.org/index.php?id=309>] 12.02.2013.

How is hunting integrated into the tourism market? International Council for Game and Wildlife Conservation. [<http://www.cic-wildlife.org/index.php?id=309>] 15.02.2013.

**Hussar, P., Keedus, K., Lillemäe, A., Lillemäe, K.** 2012. Minu esimene jahiraamat. Tallinn: MTÜ Eesti Jahimeeste Selts. 01.03.2013.

**Ivanovic, M.** 2008. Cultural tourism. South Africa: Juta & Company, Ltd  
Jahieeskiri. Jahimees. [<http://www.jahimees.ee/content/7-jahieeskiri>] 01.03.2013.

Jahikalender. Jahindus. Riigimetsa Majandamise Keskus. [<http://rmk.ee/metsa-majandamine/jahindus/jahikalender>] 09.03.2013.

Jahikoerad. Eesti Jahimeeste Selts. [<http://www.ejs.ee/et/jahimehele/jahikoerad.html>] 01.03.2013.

Jahindus Eestis. Keskkonnaministeerium. [<http://www.envir.ee/2390>] 05.03.2013.

Jahinduse arengukava aastateks 2008-2013. Keskkonnaministeerium.

[<http://www.envir.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=1097632/Jahinduse+arengukava+aastateks+2008-2013.pdf>] 02.02.2013.

Jahipidamine Eestis. Eesti Entsüklopeedia.

[[http://entsyklopeedia.ee/artikkel/jahipidamine\\_eestis](http://entsyklopeedia.ee/artikkel/jahipidamine_eestis)] 02.02.2013.

Jahipidamise kord ja võimalused Eestis viibivatele välismaalastele. Eesti Jahimeeste Selts. [<http://www.ejs.ee/et/jahiturism.html>] 04.02.2013.

Jahirelvade ja laskemoona tollikontrollist. Maksu- ja Tolliamet.

[<http://www.emta.ee/index.php?id=26264>] 04.03.2012.

Jahiseadus. Elektrooniline Riigi Teataja. [<https://www.riigiteataja.ee/akt/13340861>] 01.03.2013.

Jahiseaduse eelnõu. 2013.

[[http://www.envir.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=1191728/JS\\_eelnou\\_+21.12.12\\_Riigikantselei.pdf](http://www.envir.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=1191728/JS_eelnou_+21.12.12_Riigikantselei.pdf)] 15.03.2013.

Jahiulukid. Jahimees. [<http://www.jahimees.ee/content/11-jahiulukid>] 02.03.2013.

**Jing, B. X.** 2009. Perceptions for tourism product. Tourism Management, Vol. 31, pp. 607.

**Kiisküla, I.** Metskitsejahist ja ajujahist. – Eesti Jahimees, 2008, nr. 1/2, lk 19-20.

**Kiisküla, I.** Olgem eetilised. – Eesti Jahimees, 2011, nr. 3/4.

[<http://www.ejs.ee/ajakiri/artikkel.php?id=258>] 12.02.2013.

**Kiviorg, K.** Jaht meelitab Euroopa raha Eesti metsa. – Äripäev, 2005, 01.03.

[<http://www.ap3.ee/?PublicationId=31503ED6-39D4-4163-9D98-74AA1E3959CE&code=107135>] 01.02.2013.

**Komppula, R.** 2010. New-product development in tourism companies. Finland: University of Joensuu

[<http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/marketing%20turistico/new%20development%20products%20in%20tourism.pdf>] 17.02.2013.

**Laherand, M-T.** 2008. Kvalitatiivne uurimusviis. Tallinn: OÜ Infotrükk

**Levandi, A.** Kuidas mõtestada mõistet jahindus. - Eesti Jahimees, 2003, nr 2/3, lk 8-10.

**Lovelock, B.** 2008. Tourism and the Consumption of Wildlife: Hunting, shooting and sport fishing. USA: Routledge.

**Mansfeld, Y., Pizam, A.** 2009. Consumer behavior in travel and tourism. USA: Routledge, pp. 187.

**Mart.** 2012. Noor jahimees Tanel Kirst: jahil tehakse liiga palju möödalaske. [<http://www.vjl.ee/?p=1565>] 23.02.2013.

**Matilainen, A.** 2010. Sustainable Hunting Tourism – Business Opportunity in Northern Areas? Overview of Hunting and Hunting Tourism in Four Northern Countries: Finland, Sweden, Iceland and Canada. Helsinki: University of Helsinki. [<http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/reports19.pdf>] 12.03.2013.

Millised seadused kaitsevad Eestis metsloomi? Eesti Loomakaitse Selts. [[http://www.loomakaitse.ee/?q=wildanimals\\_in\\_the\\_wild](http://www.loomakaitse.ee/?q=wildanimals_in_the_wild)] 02.02.2013.

**Nygaard, M.** 2009. An opportunity for rural areas or a threat to local hunters? Finnish hunters' attitudes toward hunting tourism. [[http://www.vasa.abo.fi/users/minygaard/ESRS%202009%20NYG%C3%85RD%20paper%20\\_text\\_.pdf](http://www.vasa.abo.fi/users/minygaard/ESRS%202009%20NYG%C3%85RD%20paper%20_text_.pdf)] 12.03.2013.

**Pablos, P., O., Tennyson, R., Zhao, J.** 2011. Global Hospitality and Tourism Management Technologies. USA: IGI Global, pp. 186.

Pillitamisega peibutusjahi koolitus. Eesti Jahimeeste Selts. [<http://www.ejs.ee/et/koolitused/107-pillitamisega-peibutusjahi-koolitus.html>] 12.03.2013.

Product development. Sustainable Tourism Online. [<http://www.sustainabletourisonline.com/business-operations/product-development>] 03.02.2013.

**Randveer, T.** 2009. Jahiraamat. Tallinn: Eesti Entsüklopeediakirjastus.

Relvad. Maksu- ja Tolliamet. [<http://www.emta.ee/index.php?id=2152>] 02.02.2012.

Relvaseadus. Elektrooniline Riigi Teataja.

[<https://www.riigiteataja.ee/akt/127122010009?leiaKehtiv>] 02.03.2013.

Roht, K. Jaht ilma koerata on nagu laul ilma viisita. – Eesti Jahimees, 2005, nr. 7.

[<http://www.ejs.ee/ajakiri/artikkel.php?id=132>] 02.03.2013.

**Spangler, B.** 2013. Win-Win, Win-Lose, and Lose-Lose Situations.

[<http://www.beyondintractability.org/bi-essay/win-lose>] 12.03.2013.

Stackelberg, V. H. 2006. Koerad ja kombat jahinduses. Tallinn: kirjastus „Eesti Jahimees“.

Sustainable Hunting Tourism Business opportunity in Northern Europe. North Hunt. – A summary of the project, pp. 1. 15.03.2013.

Sustainable Hunting Tourism Programme. International Council for Game and Wildlife Conservation. [<http://www.cic-wildlife.org/index.php?id=176>] 20.02.2013.

**Tint, M.** 2009. Enne, kui asud jahiretkele ... . Keskkonnainspektsioon.

[<http://www.kki.ee/est/index.php?part=news&id=559&group=5&PHPSESSID=ce152f2e4d575b13b649c34d541a08fd>] 15.03.2013.

Tuisuliiva puhkemaja. [<http://www.tuisuliiva.ee/>] 02.04.2013.

Ulukid. Eesti Jahimeeste Selts. [<http://www.ejs.ee/et/jahimehele/ulukid.html>] 02.03.2013.

**Vaiksoo, J.** Kolmekuningapäeval algas jahikultuuri aasta. – Eesti Jahimees, 2013, nr. 1.

[<http://www.ejs.ee/ajakiri/artikkel.php?id=295>] 15.03.2013.

Väikeulukid. Eesti Jahimeeste Selts. [<http://www.ejs.ee/jahimehele/ulukid/35-vaeikeulukid.html>] 09.03.2012.

What is hunting tourism? Sustainable hunting tourism in Northern Europe: North Hunt.

[[http://www.nord-hunt.org/en/page/what\\_is\\_hunting\\_tourism\\_](http://www.nord-hunt.org/en/page/what_is_hunting_tourism_)] 15.03.2013.

## **Lisa 1. Intervjuu küsimused jahituristidele**

Lugupeetud jahiseltsi liige!

Minu nimi on Katrin Kalda ja olen Tartu Ülikooli Pärnu kolledži üliõpilane ning koostan oma lõputööd teemal „Jahiturismitoodete arendamine Tuisuliiva puhkemaja näitel“. Lõputöö eesmärgiks on välja töötada Tuisuliiva puhkemajale jahiturismitoode ja arendada toimiv jahipakett ning esitada vastavalt sellele konkreetsed parendusettepanekud. Oleksin väga tänulik kui leiaksite aega täita järgnev kirjalik intervjuu.

1. Kuidas suhtute jahiturismi? Kas see on Teie arvates oluline?
2. Kui tihti olete kokku puutunud jahiturismiga ja jahituristidega?
3. Millist jahtimisviisi ja ulukit eelistab Teie arvates jahiturist?
4. Kas ja kui tihedalt on Teie jahiselts majutusettevõtetega koostöös?
5. Kui majutusettevõtetega koostööd ei ole, oskate ehk öelda, miks ei ole ning kas Teil kui jahimehel on või oleks sellise koostöö vastu midagi?
6. Kas suudaksite tagada jahiseltsiga jahituristidele positiivseid ja meeldejäävaid elamusi? (loomad, söödakohad, jahimehed, jahikord/eetika, transport jne.)
7. Millisest rahvusest ja mis vanuses jahituriste eelistaksite?
8. Milliseid jahipidamisviise suudaksite jahituristidele pakkuda?
9. Mitmele välisjahimehele Te korraga suudaksite jahielamusi pakkuda?
10. Mis on Teie jaoks jahtipidades oluline, millele tuleks eriti tähelepanu pöörata kui on väliskülalised.
11. Oskate välja tuua eksimusi, mida jahiturismis tehakse?
12. Kas Teie arvates on jahituristile tehtav turundus piisav? Kui ei ole, siis mida tuleks teha, et see oleks efektiivsem?

Täna, et leidsite vastamiseks aega!

## **Lisa 2. Intervjuu küsimused Tuisuliiva puhkemaja omanikule**

Lugupeetud Tuisuliiva puhkemaja omanik,

Lõputöö nimega „Jahiturismitoodete arendamine Tuisuliiva puhkemaja näitel“, on mõeldud Teie ettevõttele jahiturismitoodete arendamiseks ning sellepärast oleks mul vaja ka Teie arvamust. Oleksin väga tänulik, kui leiaksite aega vastata alljärgnevatele küsimustele.

1. Milline on Tuisuliiva puhkemaja kuvand? Millised võiksid olla Tuisuliiva puhkemajas peamised teenused?
2. Milliseid teenuseid või pakette võiks arendada Tuisuliiva puhkemajale Teie arvates?
3. Mis põhjusel soovite arendada jahiturismi? Millist lisandväärtust annaks see ettevõttele Teie hinnangul?
4. Milliseid jahiturismiga seonduvaid teenuseid juba pakute ja mida oleks vaja veel arendada?
5. Millised on Tuisuliiva puhkemaja tugevused/eelised jahiturismi arendamiseks?
6. Millisest rahvusest on enamjaolt siinses piirkonnas käivad jahituristid?
7. Milline võiks olla sobiv jahipakett jahituristile Tuisuliiva puhkemajas?
8. Kui oluline on Teie ettevõtte jaoks jahiseltsiga koostöö tegemine?
9. Kas Teie ettevõttel oleks ka koostööpartner jahiseltsist olemas?
10. Kui paljud ettevõtted Teie ümbruses pakuvad jahipakette? Kui suur on konkurents?

### **Lisa 3. Ankeetküsitlus**

Lugupeetud jahiturist! Minu nimi on Katrin Kalda ja olen Tartu Ülikooli Pärnu kolledži üliõpilane ning koostan oma lõputööd teemal „Jahiturismitoodete arendamine Tuisuliiva puhkemaja näitel“. Lõputöö eesmärgiks on välja töötada Tuisuliiva puhkemajale jahiturismitoode ja arendada toimiv jahipakett ning esitada vastavalt sellele konkreetsed parendusettepanekud. Oleksin väga tänulik kui leiaksite aega täita järgnev ankeet.

#### **1. Mitu aastat Teil on jahikogemust:**

.....

#### **2. Millist jahiteenust Teile pakutakse:**

- a) Suurulukijahti
- b) Väikeulukijahti
- c) Jahilindudejaht

#### **3. Millist jahipidamisviisi eelistaksite:**

- d) hiilimisjaht
- e) varitsusjaht
- f) peibutusjaht
- g) ajujaht
- h) otsijaht
- i) urujaht
- j) uluki püüdmine
- k) fotojaht (veretu jaht)

#### **4. Millisesse jahiseltsi/majutusasutusse olete jahti pidama tulnud?**

.....

#### **5. Mille järgi valisite/valite jahipaketi?(Võib valida mitu)**

- a) Hind
- b) Lisateenused
- c) Jahiselts



**Lisa 2 järg**

- d) Majutusettevõtte
  - e) Jahiuluki jahtimise aja järgi
  - f) Muu(täpsustage)
- .....

**6. Millised lisateenused on Teie arvates olulised lisaks jahile? (Võib valida mitu)**

- a) Lasketiir
  - b) Relvalaenutus
  - c) Raadiosaatjad
  - d) Jahil toimuv võõrkeelde tõlkimine
  - e) Transfeer
  - f) Muu(täpsustage)
- .....

**7. Kui pikk on Teie jahipaketi kestvus?**

.....

**8. Kas olete varasemalt jahituristina käinud Eestis?**

- a) Jah
- b) Ei

**9. Kas omate jahirelva kastusõgust?**

- a) Jah
- b) Ei

**10. Kas omate isiklikku jahirelva?**

- a) Jah
- b) Ei (Liikuge edasi 12. küsimuse juurde)

**11. Kas jahirelva on keeruline üle piiri tuua?**

- a) Jah(täpsustage)
- .....

- b) Ei

**12. Kas peate oluliseks Eestis kehtestatud jahiseadusi ja nendest kinnipidamist?**

- a) Jah
- b) Ei(täpsustage miks) .....

## **Lisa 2 järg**

### **13. Mida hindate jahituristina ettevõtte juures?(Võib valida mitu)**

- a) Majutust
- b) Toitlustust
- c) Külalislahkust
- d) Jahiteemalist ettevõtte väljanägemist
- e) Vabaaja veetmise võimalusi
- f) Lisateenuseid (nt. saun)
- g) Muu  
(täpsustage).....

.

### **14. Mida hindate jahituristina jahiseltsi juures?(Võib valida mitu)**

- a) Turvalisust
- b) Väga head jahipidamise teenust
- c) Transporti jahtimise piirkonda
- d) Erinevate jahiinstruktorite olemasolu
- e) Muu  
(täpsustage).....

.

### **15. Varasemate jahituristi kogemuste põhjal oskate ehk välja tuua enim levinumaid vigu, millele peaks tähelepanu pöörama:**

- a) Ettevõtte

.....  
.....

- b) Jahiselts

.....  
.....

### **16. Kas Teie jaoks on oluline jahituristile suunatud turundus?**

- a) Jah
- b) Ei (Liikuge edasi 18. Küsimuse juurde)

### **17. Millist turunduskanalit kasutate kui soovite Eesti jahile tulla?**

- a) Reisibüroost
- b) Ajalehest/ajakirjast
- c) Sõbralt/tuttavalt

**Lisa 2 järg**

d) Internetist

e) Mujalt

(täpsustage).....

**18. Sugu:** .....

**19. Vanus:** .....

**20. Rahvus:** .....

Tänan, et leidsite vastamiseks aega!

## **SUMMARY**

### **HUNTING TOURISM PRODUCT DEVELOPMENT IN TUISULIIVA HOLIDAY HOME**

Katrin Kalda

Hunting, alongside other forms of tourism offered, is the field of activity that offers tourists a variety and excitement. This type of tourism is aimed primarily at the tourists who have a passion for hunting and an interest in animals and nature. Hunting does not only involve the hunting of animals, but also offers the chance of nature-observing, photography, and feeding wild animals. Moreover, hunting tourism helps to balance and regulate the abundance of animals.

The topic of this thesis was chosen by the author based on the fact that hunting tourism is a growing trend and it has been relatively little studied. In addition, the year 2013 was named the year of hunting culture and ethics, which means that a greater emphasis is placed on the importance and necessity of hunting culture this year.

The actuality of the subject is justified by the fact that more and more animals are being hunted illegally. As a result, certain species of animals have begun to disappear or decrease in numbers. Here the author has the opinion that if various accommodation establishments cooperated more with the Association of Hunters, it would decrease illegal hunting thus not jeopardizing the species.

Hunting tourism can be offered by companies that have all the necessary prerequisites. For example, Tuisuliiva Holiday House, which is very favorable because of its location and other important components needed to offer this kind of service. However, the establishment is not aware of what kind of packages of hunting tourism products the costumers are particularly interested in. Thus, the author has set her thesis question: What kind of hunting tourism products are the hunting tourists interested in?

This thesis was aimed at determining, which of the products suited the interests of hunting tourists. According to the results, amendments were proposed and a suitable hunting tourism product package was developed for Tuisuliiva Holiday House. The author proceeded the work from the objective given in the introduction and the following research tasks:

- working through the theoretical material concerning hunting tourism;
- providing an overview of the current condition of Tuisuliiva Holiday House in Häädemeeste Parish;
- the preparation and conduction of a quantity study among hunting tourists visiting Pärnu County;
- the preparation and conduction of a quality study among the members of the Association of hunters and the owner of Tuisuliiva Holiday House in Pärnu County;
- analysis of the survey results;
- making recommendations and suggest improvements to Tuisuliiva Holiday House.

To reach the objective, the author conducted two studies, one of which was a questionnaire and the other, an interview. In the quality study, eight Associations of Hunters in Pärnu County were interviewed in addition to the owner of Tuisuliiva Holiday House and in the quantitative study 33 hunting tourists were interviewed.

Many establishments and hunting associations are unable to provide customers with what they want and need, therefore, not enough opportunities to develop hunting tourism products, are taken advantage of. The author concludes that companies should promote themselves more to the customer, so that they would find the right enterprise. Marketing should be done on the company's website and in Finnish, Italian, and German. This is because it is these nations that visit Estonia for the purpose of hunting tourism most frequently. In addition, it is important that companies should abide by their promises and offer hunting tourists exactly what has been agreed upon in advance.

Based on the survey, the author brings out the most important results, which are aimed at both the Holiday House Tuisuliiv and the hunting association, with whom Tuisuliiv would cooperate. First, the holiday house should find the most suitable hunting association or associations to cooperate with. Since the holiday house is situated

between Orajõe and Massiaru hunting ranges, these two associations would be a great fit for the establishment. Besides hunting, tourists also enjoy the use of a variety of additional services. Tuisuliiva Holiday House offers a sauna, and a barrel sauna. In addition, Tuisuliiva could also cooperate with shooting ranges in that area that tourists can choose to use as an additional service.

The closest shooting range is located in Pärnu. The Hunting Association could also provide a gun rent for tourists who have a gun licence, but do not have a weapon. The study also shows that the majority of the tourists are attracted to big game hunting, and would prefer to ambush and hunt, so hunting associations could also offer these methods. Tuisuliiva could initially offer these packages in fall and summer.

Based on the survey Tuisuliiva in association with the hunting company could offer a shuttle service to the hunting area and excursions. To ensure the transport, Tuisuliiva Holiday House should cooperate with a minibus shuttle service providing company. In addition an interpreter service would be required which may initially be ordered from Pärnu. Tuisuliiva should also ensure that hunting tourists can have lunch in the woods when the hunting day is long.

The study also shows that a hunting tourist is a very price- sensitive customer, thus Tuisuliiva Holiday House should be sure to adhere to the price originally promised to the customers. Also, the hunting association should be able to meet all the desires and needs of the tourists so they cannot take too many or too big groups at once. This is because a hunting tourist wants an individual approach, and it is particularly important that the hunt is planned and prepared.

The author believes that Tuisuliiva Holiday House is able to develop a variety of hunting tourism products via a hunting package. Tuisuliiva is now equipped with everything needed to create a working hunting package, and in the future to develop a variety of additional services. Including the hunting association into the development would certainly help to facilitate the development of hunting tourism products. This thesis is necessary to Tuisuliiva Holiday House, because the study shows the opinions, wishes and expectations of hunting tourists, allowing the development of the hunting

package. Thanks to the study, the company can make its own analysis of opportunities that are already available in Tuisuliiva and what needs to be developed.

The author believes that the aim of the thesis has been completed, but the company should still make every effort to develop working hunting tourism products. This thesis gives the company access to ideas on what direction further developments are needed for the hunting tourism products to be possible. Moreover, this work could also be interesting to other establishments. In particular, companies that want to develop hunting tourism products, or have already done it, but the hunting tourism products have not yet become popular enough with customers. Hunting associations that are engaged in hunting tourism can also benefit from this work, as this paper has outlined the improvements for better hunting purposes.

**Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina Katrin Kalda, sünnikuupäev: 05.06.1991

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose Jahiturismitoodete arendamine Tuisuliiva puhkemaja näitel

mille juhendaja on Inna Bentsalo,

1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, **15.05.2013**